

ARTE : LA PROMOTION DU CIVISME EN QUESTION

Dans quelle mesure la chaîne de télévision Arte s'inscrit-elle dans le PAF (Paysage Audiovisuel Français) en tant que chaîne citoyenne ?

Sous la direction de Madame Sophie Papaefthymiou

MAITRE Lucile

Quatrième année, Affaires Publiques, secteur action et gestion publique
Art, Politique et Management

(Date de soutenance : 2 Septembre 2011)

Jury : Madame Sophie Papaefthymiou et Madame Laurence Batisse

Table des matières

Remerciements . .	5
Préface . .	6
Introduction . .	10
Retour sur la politique télévisuelle et culturelle allemande et française depuis la Seconde guerre mondiale . .	10
La politique télévisuelle et culturelle allemande depuis la Seconde guerre mondiale . .	10
La politique télévisuelle et culturelle française depuis la seconde guerre mondiale . .	13
De La Sept à Arte . .	16
Création de La Sept . .	16
Lorsque La Sept rencontre l'Allemagne . .	18
Des difficultés franco-allemandes . .	19
Arte : de la télévision qui dérange à la télévision des curieux . .	20
Les premières diffusions d'Arte . .	21
Un rythme de croisière franco-allemand . .	22
Arte : vers de nouvelles rives ? . .	23
Arte : une chaîne « citoyenne » ? . .	24
Le statut juridique d'Arte : un cas particulier . .	27
Du traité au fonctionnement de la chaîne franco-allemande . .	28
Le traité interétatique et le contrat de formation . .	28
Le fonctionnement d'Arte, d'Arte France et d'Arte Allemagne . .	34
La particularité du fonctionnement d'Arte par comparaison avec les autres chaînes publiques . .	45
Les statuts de France Télévisions . .	46
Les contrat d'objectifs et de moyens . .	49
Cahier des charges et bilan de France Télévisions . .	51
Du droit à la pratique . .	56
Les politiques menées par Arte en termes de civisme . .	56
Le choix de programmes Artésien . .	56
Le profit des avancées technologiques . .	65
Entre idéal et ressenti . .	77
Une écoute des citoyens ? . .	77
Comment la chaîne est-elle perçue par les téléspectateurs ? . .	87
Conclusion . .	93
Une réforme du fonctionnement de la chaîne . .	93
Une redéfinition des pôles . .	93
Le franco-allemand ? . .	94
Une véritable politique de programmation . .	94
Une programmation plus ludique . .	94
À la recherche de la délibération . .	95
Bibliographie . .	96

Ouvrages . .	96
Articles . .	97
Sites internet . .	98
<i>Ensemble des sites d'Arte . .</i>	98
Documentation d'arte . .	99
Textes juridiques . .	100
Dictionnaires . .	101
Films et émissions . .	101
Mots clés et résumé . .	102
Résumé . .	102
Mots clés . .	102

Remerciements

Au cours de la rédaction de ce mémoire, de nombreuses personnes m'ont aidée et guidée dans mes recherches, et sans elles, mon travail n'aurait pu être le même. C'est pourquoi, avant d'entrer dans notre sujet, je voudrais prendre le temps de les remercier de m'avoir apporté leur aide.

Je tiens donc à remercier tout particulièrement Madame Papaefthymiou, qui, par ses conseils avisés, m'a aidé à construire ma réflexion et qui m'a guidé tout au long de mon mémoire. Ses idées m'ont permis de mieux cerner l'analyse qu'il convenait de faire de la chaîne, et son apport bibliographique m'a donné la possibilité de trouver la matière qui m'était nécessaire.

Je souhaiterais également remercier les personnes du CSA qui ont accepté de me recevoir et de répondre à mes questions. Grâce à Corinne Samyn, j'ai pu comprendre quel était le rôle du CSA et obtenir les documentations qui m'ont permis de comparer le fonctionnement d'Arte à celui des autres chaînes publiques. Dorothee Fournier m'a permis de comprendre quel était l'impact d'Arte à l'étranger, et sur les autres télévisions ou radios internationales. Elle m'a également donné accès à la newsletter d'Arte, ce qui m'a été particulièrement utile pour la rédaction de ce mémoire. Maryse Brugière m'a aidé dans ma recherche de stage chez Arte, et bien que cela n'aie pas pu aboutir, je tiens à la remercier d'avoir accepté de me recevoir et d'avoir soutenu ma candidature. Enfin, je voudrais remercier tout particulièrement Laurence Batisse, sans qui ces rencontres n'auraient pas pu avoir lieu, et qui a aimablement accepté de faire partie de mon jury de soutenance.

Je souhaiterais aussi remercier l'ensemble des personnes qui ont accepté de répondre à mon questionnaire, et tout particulièrement celles qui l'ont fait suivre à leur famille ou à leurs amis (en particulier ma sœur Anne, mais aussi Mélanie Bonnifay, Alix Menut et Juliette Azoulay). Je voudrais de même remercier mon père, qui m'a conseillé au cours de mes réflexions, et qui a également fait suivre mon questionnaire. C'est également mon père qui s'est attelé à des manipulations excel qui dépassaient mon savoir-faire, afin de rééquilibrer mon questionnaire et de faire en sorte qu'il soit réellement représentatif de la société française, et je l'en remercie de tout mon cœur. Mais ce questionnaire n'aurait pu voir le jour sans ma sœur Hélène, qui m'a aidé à structurer la première partie de ce questionnaire grâce à ses aptitudes de psychologue. Son talent d'écriture lui a permis de m'aider encore lors de la relecture, et de me donner de nombreux conseils, dont je la remercie infiniment. Je souhaiterais également remercier ma sœur Anne qui m'a prêté main forte pour traiter les données de mon sondage.

Enfin, je tiens surtout à remercier Xavier Charzat, qui m'a soutenu tout au long de mon mémoire. En effet, Xavier m'a aidé à transmettre le questionnaire et à interroger les personnes pour obtenir un panel plus représentatif. Il m'a également aidé à la confection des schémas de la seconde partie, et a accepté de m'épauler lors de la réalisation de mes enquêtes, qui ont représenté un travail long et fastidieux. Enfin, il m'a aidé par la conception de certains schémas dans ma seconde partie. Grâce à lui, j'ai réussi à avancer rapidement dans mes enquêtes et dans mes recherches, ce qui m'a donné la possibilité d'avoir le temps nécessaire pour les exploiter.

Je souhaiterais rendre tout particulièrement hommage à une dernière personne, qui m'a portée tout au long de ce mémoire et depuis de longues années: ma mère. L'idée de ce mémoire est née grâce à elle, et c'est encore elle qui m'a permis de vous le présenter aujourd'hui tel qu'il est, grâce aux conseils qu'elle m'a prodigués depuis des années, grâce à son intérêt pour cette chaîne, et grâce à ses amies du CSA qui ont été très présentes pour moi. C'est pourquoi c'est à elle que je souhaite dédier ce mémoire.

Préface

Avant de commencer l'introduction du mémoire, il ne nous semble pas superflu de prendre le temps de présenter la démarche de ce dernier dans une préface, dans la mesure où il n'a pas tout à fait été réalisé comme un mémoire classique. En effet, après avoir défini le thème de ce mémoire, nous nous sommes rapidement rendu compte qu'il serait difficile de travailler sur un tel sujet. La documentation existante autour de la chaîne d'Arte se réduit à quelques articles et à très peu de livres, anciens pour la plupart. Un seul livre est paru cette année, mais dans la mesure où cet ouvrage a été rédigé par l'homme qui a été à la tête d'Arte (ou d'Arte-France) pendant près de vingt ans, ce témoignage ne peut être utilisé sans un certain recul¹. Or, les portes de la chaîne nous sont restées désespérément closes : après avoir envoyé plus d'une cinquantaine de mails –qui revenaient toujours sans réponse ou qui renvoyaient à nouveau vers une énième personne « *plus à même de répondre* » – tenté une trentaine d'appels –les réunions semblent être d'un usage très répandu à Arte–, et avoir fait deux fois le déplacement en vain, il a fallu se résigner. La tentative d'un stage, qui aurait pu permettre de franchir enfin les portes de cette chaîne, a été également abandonnée : même avec l'aide de la directrice des programmes du CSA, proche de nombreuses personnes au sein de cette chaîne, notre lettre de motivation n'a donné lieu à aucun retour.

Sans documentation exploitable et sans aucun retour de la chaîne, nous avons dû procéder autrement. Nous avons donc décidé de nous appuyer majoritairement sur la partie visible de la chaîne, c'est-à-dire de travailler directement à partir des programmes d'Arte et de ses sites Internet, ainsi que sur les personnes qui regardaient cette chaîne. Nous avons donc étudié les programmes un à un, ainsi que les sites et les services que la chaîne propose. Nous nous sommes aussi lancés dans la rédaction d'un questionnaire, afin de pouvoir nous faire une idée de la manière dont la chaîne était perçue par ses téléspectateurs. Cette enquête nous a permis d'obtenir des résultats concrets, qui ont mis en évidence la profonde différence qui existait entre la manière dont les téléspectateurs perçoivent la chaîne et la manière dont elle-même se perçoit.

Sa réalisation n'a pas été aisée. Notre première idée a été de faire indexer ce questionnaire par nos connaissances, au moyen d'un site Internet qui le proposait en ligne². Or, nous nous sommes vite aperçu que le panel ainsi constitué n'était pas représentatif de la société française. Après avoir obtenu près de 400 réponses, 60% des personnes interrogées étaient des étudiants. Afin de rééquilibrer le questionnaire, nous avons donc décidé d'aller proposer notre questionnaire directement dans la rue, en offrant aux personnes interrogées la possibilité de le remplir dans un local³. Nous nous sommes alors demandés comment procéder pour éviter que toutes les personnes ne proviennent du même quartier. Nous avons donc interrogé des personnes à Lyon, mais aussi à Rocamadour (Lot), à Bernay-en-Brie (Seine-et-Marne), et à Paris. De plus, nous avons interrogé la plupart des personnes de Lyon et de Paris à l'intérieur des gares, afin d'avoir une plus grande mixité géographique et sociologique, puisqu'il s'agit essentiellement de personnes « de passage ». Enfin, afin d'obtenir le panel le plus représentatif possible, nous avons rééquilibré le questionnaire à l'aide de coefficients, en comparant les résultats obtenus en première partie de ce questionnaire

¹ Nous faisons ici référence à l'ouvrage de Jérôme Clément, *Le choix d'Arte*, ed. Grasset, 2011

² Il s'agit du site <https://onefornet.fr>

³ Nous avons procédé ainsi car il est interdit par la loi de faire répondre des personnes à un questionnaire directement dans la rue : cela est considéré comme du racolage.

avec les chiffres de l'INSEE. Sur les 678 personnes ayant répondu à notre questionnaire, les 20/30 ans ont par exemple moins de poids que les 30/40 ans, car ils étaient plus nombreux que nécessaire à y avoir participé.

Par ailleurs, nous avons mené deux études à propos des programmes d'Arte. Nous avons étudié deux semaines de programmation de la chaîne, afin de voir en quoi cette programmation était en accord ou non avec la programmation annoncée. Nous avons donc répertorié l'ensemble des émissions diffusées pendant une semaine en période scolaire (du 19 au 25 Mars 2011) et l'ensemble des émissions diffusées pendant une semaine en période estivale (du 23 au 31 Juillet 2011). Nous avons ensuite étudié le genre des émissions (documentaire, magazine, cinéma...etc.) et le nombre de minutes attribuées à chaque type d'émission en une semaine, afin de voir quel type d'émission était le plus représenté et si cela correspondait à ce qui était annoncé par Arte dans sa grille des programmes⁴.

Enfin, nous avons mené une étude sur la diversité, dans laquelle nous avons indexé 1245 intervenants. Cette idée est venue en réponse à une étude identique réalisée par le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel en 2008, mais qui ne prenait pas en compte Arte, cette chaîne n'étant pas surveillée par le CSA. Pour obtenir les résultats les plus précis possible, afin de pouvoir comparer les résultats des deux enquêtes, nous avons utilisé les mêmes méthodes. L'étude consiste à indexer les personnes à l'écran en fonction de leur sexe, de leur origine supposée et de leur catégorie socioprofessionnelle. Toutes les personnes prenant la parole dans les programmes diffusés pendant les heures de grande écoute (17h-23h) d'une semaine ordinaire (c'est-à-dire sans grands événements) sont indexées. La semaine que nous avons retenue s'est étendue du 26 Juillet au 2 Août 2011. Les journaux télévisés diffusés à la mi-journée sont également pris en compte. Cela représente environ 45 heures de programmes pour Arte (600 heures pour l'étude du CSA), soit un peu plus d'une centaine heure d'indexation (contre 1500 heures pour l'étude du CSA). Leur méthode d'indexation, que nous avons également suivie, a été la suivante :

Méthode d'indexation des personnes apparaissant à l'écran⁵ La technique utilisée consiste à faire indexer par une équipe d'enquêteurs toutes les personnes apparaissant à l'écran, et qui ont accès à la parole. Cela exclut les foules, les publics et les figurants muets. La seule exception concerne la publicité, où la plupart des personnages sont muets : tous les personnages de premier plan y sont donc indexés, même s'ils ne parlent pas⁶. L'équipe d'indexation était constituée de 10 étudiants de master et doctorat en sciences de l'information et de la communication de l'Université de la Sorbonne nouvelle, aux ethnicités très diverses et formés à la fois à la socio-sémiologie de l'image télévisuelle et aux problématiques sociologiques d'ethnicité et

⁴ Nous nous sommes interrogés sur le lien de ces émissions avec l'image de civisme que nous rechercherons au sein de la chaîne.

⁵ Ce passage est extrait d'un article d'Eric Macé, qui a mené cette enquête : « Mesurer les effets de l'ethnoracialisation dans les programmes de télévision : limites et apports de l'approche quantitative de la « diversité » », *La Découverte, Réseaux*, 2009/5, n°157-158, pages 233 à 265.

⁶ Cette remarque ne concerne pas Arte dans la mesure où la chaîne ne diffuse pas de publicité.

d'ethnoracialisation.⁷ Contrairement à une enquête de type INSEE ou INED, il est impossible de faire remplir un questionnaire par les individus. Ce sont donc les enquêteurs qui, pour chaque individu apparaissant à l'écran, remplissent un formulaire selon les indicateurs retenus. Précisons de nouveau qu'il ne s'agit pas de rendre compte de la réalité des personnes et des personnages représentés à la télévision, mais de la manière dont ils sont perçus en situation de réception. L'indexation s'est faite sur les postes de travail de l'Inathèque avec des ordinateurs permettant à la fois de visionner les programmes, et d'en indexer le contenu sur un tableur de type Excel. Chaque indexateur a en charge le visionnage intégral des programmes d'une ou deux chaînes du corpus et doit remplir (0 ou 1) une ligne de tableur pour chaque personnage parlant selon les catégories retenues. Celles des dispositifs télévisuels : chaînes, genres, origine nationale des émissions, premiers ou second rôles. Celles des marqueurs sociaux : marqueurs socioprofessionnels (selon les Professions et Catégories socioprofessionnelles de l'Insee), marqueurs de genre (selon l'apparence) et marqueurs d'ethnoracialisation (selon les catégories retenues : blanc, noir, arabe, asiatique, autre). Pour ce dernier marqueur, les indexateurs disposaient d'un manuel précisant que l'ethnoracialisation ne se limite pas à la « racialisation » des marqueurs phénotypiques, mais également à « l'ethnicisation » des marqueurs culturels comme les noms, les signes vestimentaires ou corporels. Le cas s'est posé notamment pour des personnes pouvant être « vues comme blanches », mais dont le nom était à consonance arabe : cela conduisait à les indexer comme « vu comme arabe ». En cas de doute sur les marqueurs d'ethnoracialisation, le cas était examiné collectivement au sein de l'équipe, et si le doute persistait, c'est la catégorie « autre » qui était choisie. En tout, le corpus analysé rassemble 42 574 personnages. Cela ne correspond pas à autant de personnes réelles, car une même personne peut être indexée plusieurs fois. En effet, comme il est impossible de savoir si une même personne réelle apparaît une ou plusieurs fois dans la totalité du corpus (un même comédien dans des fictions différentes par exemple), on ne peut faire autrement que d'indexer chaque personne/personnage à chaque fois qu'il apparaît dans des émissions différentes. Ainsi, si chaque personne n'est indexée qu'une seule fois au sein de la même émission (par exemple, la présentatrice d'un journal ou le personnage d'une fiction), elle est indexée à chaque apparition dans une autre émission (par exemple, la même présentatrice est indexée une fois à chaque édition de son journal, et le même personnage de fiction à chaque épisode de la série et à chaque bande annonce). Nous n'avons donc pas affaire à une population réelle, mais à une population télévisuelle où chaque personne dispose d'une existence propre à chaque fois qu'elle apparaît dans une émission différente. Outre qu'il est le seul possible, ce mode de comptage (qui s'apparente à celui des droits

⁷ Dans notre cas, nous n'avions reçu aucune formation particulière. Deux personnes ont participé à l'étude : Lucile Maître, et Xavier Charzat qui l'a suppléé dans un grand nombre d'émissions, car il était parfois difficile de pouvoir indexer toutes les personnes à l'écran. Or toutes les émissions d'Arte ne sont pas systématiquement retransmises sur arte+7, son site de rattrapage, avec lequel nous avons beaucoup travaillé.

d'auteur) est le plus conforme à la dynamique à la fois continue et répétitive d'exposition et de réception des programmes de télévision.

Nous avons utilisé les mêmes critères tout au long de notre enquête, et les mêmes techniques de travail, ce qui nous a permis d'obtenir un résultat relativement similaire à celles de cette étude. Nous avons cependant ajouté un dernier critère aux précédents : celui de la richesse apparante. En effet, si ce dernier est relativement subjectif, il nous est apparu au cours de notre étude que celui de la catégorie socioprofessionnelle pouvait l'être tout autant. Le lien entre Britney Spears et un chanteur argentin nous a montré que des personnes très différentes pouvaient se retrouver sous une même étiquette. Nous avons donc indexé les personnes sous sept catégories différentes : les personnes très aisées, les personnes aisées, les personnes plutôt aisées, les personnes dans la moyenne, les personnes plutôt défavorisées, les personnes défavorisées et les personnes très défavorisées. Nous avons pleinement conscience de la subjectivité de ce critère, mais cela nous a semblé apporter certaines nuances aux résultats déjà obtenus.

Nous tenons cependant à nuancer les résultats de notre étude, car nous avons rencontré trois difficultés au cours de sa réalisation. N'ayant pas accès à la télévision pendant la totalité de la période de l'enquête, nous avons étudié les programmes à partir du site d'arte+7, sur lesquels les « teasers », c'est à dire les courtes publicités qu'Arte diffuse pour promouvoir ses émissions, ne sont pas retransmises. Nous n'avons donc pas pu les prendre en compte dans notre étude. Par ailleurs, nous ignorions que le site ne rediffuse les journaux d'informations que pendant 12h, et nous nous en sommes rendu compte trop tard pour pouvoir récupérer les journaux télévisés de la première journée : nous avons donc regardé les journaux d'informations un jour plus tard, ce qui ne devrait cependant pas fausser l'étude. Enfin, nous avons été dans l'incapacité de retrouver une émission présentée par Arte, car elle n'était ni mise en ligne sur Arte+7, ni rediffusée plus tard sur Arte. Comme il s'agissait d'un épisode de la série « *Un train pour...* », nous avons regardé à la place un autre épisode de la série, portant sur une région géographiquement proche de l'autre épisode. L'épisode que nous n'avons pas pu visionner portait sur un train du Sud de la France (le train des merveilles), tandis que l'épisode que nous avons regardé portait sur la Sicile. Nous espérons qu'ainsi, notre étude n'a pas été trop faussée. C'est sur ces études que notre mémoire s'appuiera donc, afin de pallier le manque d'informations trouvées.

Introduction

« Parce que nous n'avons jamais eu autant besoin d'elle, Arte doit réinventer

⁸ l'évidence de sa nécessité »

La chaîne de télévision Arte, parce qu'elle est culturelle, mais aussi parce qu'elle est franco-allemande, est une chaîne qui étonne, qui intrigue, et qui se laisse difficilement définir, parce qu'elle n'entre ni dans la conception française, ni dans la conception allemande de la télévision. Arte est donc une chaîne qui dérange, parce qu'elle diffère de ce qui était attendu, comme le laissait envisager son premier slogan : « *Laissez-vous déranger par Arte* ». Avant d'entrer dans l'analyse à proprement parler de cette chaîne, penchons-nous d'abord sur le contexte qui l'a vu naître, et pour cela offrons-nous un rapide retour sur les systèmes culturels et communicationnels allemand et français.

Retour sur la politique télévisuelle et culturelle allemande et française depuis la Seconde guerre mondiale

L'Allemagne et la France, bien que voisins, sont deux pays qui ont longtemps entretenu des rapports difficiles, comme le soulignent les trois guerres qu'ils se sont livrées en moins d'un siècle. Même si aujourd'hui ces deux pays sont plus proches que jamais, tant au niveau politique qu'au niveau économique, leurs cultures restent très distinctes. En effet, la France est un pays ancien, centralisé, latin, marqué par un fort sentiment patriotique. À l'inverse, l'Allemagne est un pays récemment unifié, régionalisé, nordique, qui doit se confronter aux fantômes de sa récente histoire. Leurs conceptions de la culture comme de la télévision sont donc très éloignées, comme nous tâcherons de le montrer dans cette partie.

La politique télévisuelle et culturelle allemande depuis la Seconde guerre mondiale

La politique télévisuelle et culturelle allemande n'a cessé de se construire et d'évoluer au cours du dernier demi-siècle. Les premières chaînes publiques de télévision, à l'origine créées pour permettre la diffusion de la culture et du savoir, ont connu plusieurs évolutions, avant d'arriver au paysage audiovisuel allemand tel que nous le connaissons aujourd'hui.

La politique télévisuelle allemande : entre ⁹ *Staat* et ¹⁰ *Länder*

⁸ Olivier Milot, *Les vingt ans d'Arte – Enquête, Télérama 3168, 29 Septembre 2010, p28*

⁹ Etat

¹⁰ Régions (Land : une région, Länder : les régions)

Après la chute du gouvernement nazi, les Alliés mettent en place un système de radiodiffusion dès 1945, qui suit les différentes régions allemandes selon le nouveau découpage qu'ils avaient opéré¹¹. La télévision et la radio prennent une part importante dans le processus de « dénazification » de l'Allemagne d'après-guerre, et doivent défendre les valeurs démocratiques. Lorsque les Allemands ont recouvré la liberté d'émettre leurs émissions de radio, ils ont fait perdurer ce système de découpage, et l'ont repris pour la télévision. Leur système de radiodiffusion, puis de diffusion de la télévision a été très rapidement marqué par une déontologie exemplaire, par crainte de voir se renouveler ce qu'ils avaient déjà connu dans les années 1930. Le système audiovisuel allemand peut se caractériser par deux grandes séparations : les principes généraux encadrant le système audiovisuel sont définis à au niveau constitutionnel, afin de garantir la libre expression et le droit à l'information, considérée comme la fonction « sine qua non » du bon fonctionnement de la démocratie. C'est ainsi que l'on trouve dès l'article 5 (paragraphe 1) de la Constitution allemande la disposition suivante :

« Chacun a le droit d'exprimer et de diffuser librement son opinion par la parole, par l'écrit et par l'image, et de s'informer sans entraves aux sources qui sont accessibles à tous. La liberté de la presse et la liberté de s'informer par la radio, la télévision et le cinéma sont garanties. Il n'y a pas de censure. »¹²

En pratique, aucun agent gouvernemental (que ce soit au niveau exécutif comme au niveau législatif) ne peut intervenir dans le choix de programmation des chaînes. Il n'existe donc aucun quota de diffusion de tel ou tel type d'émission. De plus, le « tabou Hugenberg » impose qu'aucun capital étranger ne puisse investir significativement dans le domaine des médias, afin que les chaînes soient contraintes de faire la publicité d'un groupe commercial¹³.

Tels sont les principes qui permettent d'harmoniser au minimum la télévision au niveau national. Cependant, les compétences et l'application des valeurs télévisuelles exprimées dans la Constitution allemande se retrouvent au niveau régional, c'est-à-dire au niveau des *Länder*, qui ont compétence en matière audiovisuelle.

Comme la liberté de la presse, la liberté d'informer par le biais de l'audiovisuel est garantie par la Constitution allemande. La jurisprudence qui renforce la Constitution passe majoritairement par la Cour Constitutionnelle de Karlsruhe (ou le *Bundesverfassungsgericht*). Cette Cour a rendu de nombreux jugements, dont certains font office de références en matière audiovisuelle¹⁴. Les *Länder* procèdent donc à une certaine harmonisation entre leurs règles, tout en conservant certaines spécificités¹⁵.

¹¹ Voir l'article « *La télévision allemande, une indépendance structurelle* », in *Télévision, la quête de l'indépendance*, Evelyne Cohen et Isabelle Veyrat-Masson, Paris, ed. Nouveau monde, 2010

¹² ***En allemand : « 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 der Berichterstattung durch Rundfunk und Film werden gewährleistet. Eine Zensur findet nicht statt. »***

¹³ Voir l'article « *La télévision allemande, une indépendance structurelle* », in *Télévision, la quête de l'indépendance*, Evelyne Cohen et Isabelle Veyrat-Masson, Paris, ed. Nouveau monde, 2010

¹⁴ Le jugement du **18 février 1961**, qui affirme la compétence exclusive des *Länder* en matière de télévision (et de radiodiffusion) - ce qui posera problème lors de la création d'Arte comme nous le verrons par la suite. Le jugement du **4 novembre 1986**, qui affirme la responsabilité culturelle du service public, et qui donne la liberté à chaque *Land* de définir s'il souhaite maintenir le monopole public ou autoriser une ouverture au secteur privé (sans pour autant avoir le droit de supprimer les chaînes de télévision publiques). Le jugement

Les télévisions en elles-mêmes sont surveillées par un comité de direction ou conseil d'administration, qui observe l'administration de la chaîne et ses finances, et par un comité de contrôle des programmes, qui est chargé de veiller à la représentation des groupes sociaux majoritaires (partis politiques, Eglises, etc.). En effet, il n'existe pas d'autorité de contrôle spécifique à l'égard des chaînes publiques qui correspondrait au Conseil Supérieur de l'Audiovisuel Français, mais le contrôle reste interne aux chaînes. Cependant, une fois les chaînes privées autorisées, des *Landesmedienanstalten* (établissements publics régionaux des médias) ont été mis en place. Ces organes fonctionnent grâce aux règles de droit public et leur système repose, de la même manière que dans le comité de contrôle des programmes, sur la représentation des différents mouvements politiques, sociaux ou culturels. Bien que le principe de consultation domine, certaines directives sont élaborées entre ces *Landesmedienanstalten* et les chaînes privées¹⁶.

Les grandes chaînes publiques allemandes : l'ARD et la ZDF

Deux chaînes publiques sont particulièrement renommées en Allemagne : il s'agit de l'ARD (*Arbeitsgemeinschaft der Rundfunkanstalten Deutschlands*¹⁷), qui est notoirement plutôt de sensibilité sociale-démocrate, et de la ZDF (*Zweite Deutsches Fernsehen*¹⁸), qui elle serait plutôt de sensibilité chrétienne-démocrate. Ces deux chaînes sont les plus anciennes chaînes publiques, et ont pour particularité d'avoir rapidement émis dans toute la République Fédérale d'Allemagne. La création de ces deux chaînes marque le troisième âge de la télévision allemande : le premier, qui date de 1935, correspond aux premières véritables transmissions à la télévision en Allemagne, grâce aux Jeux Olympiques d'été de Berlin, le second, de 1945 aux années 1950, voit la création de la télévision allemande moderne. Durant cette période, la télévision est uniquement régionale. La création de l'ARD en 1950 et de la ZDF en 1963 marque l'arrivée du troisième âge de la télévision allemande avec la création de deux chaînes nationales. Il faudra attendre 1984 pour que les chaînes privées viennent à nouveau transformer le paysage audiovisuel allemand¹⁹.

La *Arbeitsgemeinschaft der Rundfunkanstalten Deutschlands* est la première chaîne allemande à avoir été créée. À l'origine, il ne s'agit pas d'une chaîne nationale proprement dite, mais de l'alliance de chaînes régionales, qui se réunissent pour ne former plus qu'une chaîne nationale. Elle est donc composée de l'alliance du *Bayerischer*

du **4 février 1991** qui affirme une garantie de développement du service public, ce qui signifie que le service public ne peut que se développer et ne doit diminuer en aucun cas. Trois autres jugements sont considérés comme centraux, bien qu'ils ne concernent pas directement Arte : le jugement du **27 juillet 1972**, qui affirme que l'activité radiotélévisée est de nature publique, et qui ajoute qu'étant données les contraintes techniques dues à la rareté des fréquences, le monopole public est licite. Mais aussi le jugement du **16 juin 1981**, qui autorise l'ouverture de la télévision au secteur privé, à la condition que le législateur impose un certain nombre de principes, et le jugement du **24 mars 1987**, qui affirme la liberté d'extension des activités des chaînes de télévisions publiques au-delà de ce qui constituait jusque-là leur champ de compétences traditionnel.

¹⁵ Nous n'évoquerons pas ici les spécificités de chaque *Land*, dans la mesure où elles ne concernent pas directement notre sujet.

¹⁶ En cela, le fonctionnement de ces établissements se rapproche du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel.

¹⁷ Groupe de travail des institutions publiques de télévisions allemandes

¹⁸ Deuxième télévision allemande

¹⁹ Serge Regourd, *La télévision des Européens*, *Vivre en Europe*, Institut International d'administration publique, *La documentation Française*

Rundfunk, du *Hessischer Rundfunk*, de *Radio Bremen*, du *Süddeutscher Rundfunk*, du *Südwestfunk*, et du *Nordwestdeutscher Rundfunk*, qui couvrent les neuf stations de télévision. Ces différentes chaînes décident de créer un seul programme commun, à l'exception du créneau horaire de 18h à 20h du lundi au samedi, qui reste dédié aux émissions régionales. L'ARD s'est notamment fait connaître grâce à sa *Tagesschau* (journal télévisé) qui est suivie assidûment depuis sa création par un grand nombre d'Allemands. **Le *Zweites deutsches Fernsehen*** est la seconde télévision allemande à avoir été créée, en 1963. Elle résulte d'une convention conclue en 1961 entre les différents *Länder* de République Fédérale d'Allemagne. À l'inverse de l'ARD, la ZDF a été créée dès son origine comme un organisme centralisé et organisé pour répondre à une demande nationale. La chaîne fonctionne sur un système de roulements, chaque *Land* étant à la présidence pour une durée de deux ans.

De la culture à la télévision

L'ARD, la première chaîne allemande, fut créée à l'origine avec une vocation éducative et culturelle. Au cours des années, elle a cependant pris une tournure bien plus généraliste. Pourtant, un service minimum est requis pour toutes les télévisions allemandes, privées

comme publiques. Qu'il s'agisse donc de la *Grundversorgung*²⁰ pour les chaînes

publiques ou du *Grundstandard*²¹ pour les chaînes privées, toutes les chaînes de télévision doivent retransmettre un certain nombre d'émissions culturelles. Cependant, il n'existe aucun quota de diffusion, qui imposerait la retransmission d'un certain pourcentage d'un type d'émission, car cela est interdit par la Constitution. Mais les journalistes allemands prennent au sérieux leur mission, d'autant plus qu'ils doivent, pour avoir le droit d'exercer leur métier, accepter le code déontologique établi par le *Deutscher Presserat*, un organe paritaire d'autorégulation, mis en place en 1957. Si ce code moral est librement consenti, il n'en est en effet pas moins contraignant. C'est ce qui explique notamment les grandes différences en termes d'offre de programmes de cinéma sur les chaînes allemandes, par rapport aux chaînes françaises. Ainsi, alors que les grandes chaînes allemandes proposent en 1991 entre 11,9% de programmes de cinéma (ZDF) et 25,4% (SAT1), les chaînes françaises n'en proposent à la même date que des quantités dérisoires, variant entre 3% (La

Cinq)²² et 6,9% (FR3) de l'offre totale des programmes. De plus, une chaîne allemande est en particulier réservée à la culture : l'*ARD III*, qui est conçue comme une chaîne alternative, et qui doit de ce fait répondre à un certain nombre d'impératifs culturels et éducatifs. Elle émet de nombreuses émissions en s'appuyant sur les documents qui émanent du service de l'éducation propre à chaque *Land*, afin de pouvoir être utilisés par tous les élèves allemands, chaque région ayant son propre programme scolaire.

La politique télévisuelle et culturelle française depuis la seconde guerre mondiale

Depuis les premiers essais de la télévision à Paris, celle-ci n'a cessé de se développer. Le gouvernement français a rapidement mesuré son potentiel et a cherché assez tôt à

²⁰ Service minimal obligatoire

²¹ Service de base

²² Ils ne seront toujours que 297 en décembre 1949. Serge Regourd, *La télévision des Européens*, *Vivre en Europe*, Institut International d'administration publique, *La documentation Française*

s'emparer de cette nouvelle opportunité. Pourtant, il a fallu attendre quelques années avant que l'idée d'intégrer la culture à la télévision n'apparaisse.

Les débuts de la politique télévisuelle française : de la fin de la Seconde guerre mondiale aux années 1970

En 1945, de nombreuses expérimentations ont lieu dans les installations de la rue Cognacq-Jay à Paris, afin de mettre en place une télévision française. La radiotélévision française est pourtant encore loin de constituer un véritable service public. Les émissions sont irrégulières, mais sont à la mesure de l'étendue des personnes concernées, car à peine

plus d'une centaine de téléviseurs existent dans la France de 1945²³. La première décision officielle du gouvernement français en matière d'audiovisuel est prise par un arrêté du 21

juin 1947 par Paul Béchard²⁴ qui définit le futur réseau de télévision à une définition d'environ mille lignes. Cependant, la décision ne se prend pas à la simple échelle française, car on souhaite que les standards soient les mêmes dans toute l'Europe, afin de pouvoir commercialiser des diffuseurs identiques à l'échelle européenne. Un congrès de la télévision

française se tiendra donc à Paris du 25 au 30 octobre 1948. François Mitterrand²⁵ signe le 20 novembre 1948 un arrêté qui fixe les nouvelles normes du réseau français à 819 lignes. À l'origine de nombreux débats, ce format est finalement adopté car il est à mi-chemin entre les deux autres propositions : une proposition de créer un réseau à 625 lignes et une autre,

plutôt irréaliste, d'en créer un de 1029 lignes²⁶. Ce choix s'est révélé être un mauvais calcul à long terme, car il a été à l'origine de nombreuses difficultés techniques, qui auraient été évitées avec le choix du 625 lignes. Pourtant, une fois accepté en France, cette option s'est imposée dans toute l'Europe.

Un an plus tard, en Novembre 1949, un émetteur est donc mis en place sur la Tour Eiffel, qui diffuse en 819 lignes. La même année est créée la première liaison de télévision internationale, grâce au réseau Calais-Douvres-Londres. Cependant, comme de nombreux réseaux de radiodiffusion avaient été détruits durant la Seconde guerre mondiale, la création de réseaux de télévision n'est pas la priorité du Gouvernement jusqu'en 1953, ou le Parlement français vote en faveur d'un plan quinquennal de mise en place de

réseau d'émetteurs de télévision.²⁷ La télévision en tant que service public se développe progressivement²⁸. Un troisième plan de modernisation et d'équipement sera déposé en

²³ Christian Brochand, *Histoire générale de la radio et de la télévision en France*, Tome II 1944-1974, Comité d'Histoire de la Radiodiffusion, *La documentation Française*. Les autres références de ce paragraphe son également extraite de cette source.

²⁴ Secrétaire d'Etat à la Présidence du Conseil du Gouvernement Paul Ramadier

²⁵ Secrétaire d'Etat à l'Information

²⁶ Ce format demandait en effet une maîtrise technique que l'on n'était pas en mesure d'avoir à cette époque.

²⁷ Le plan initial reposait sur la création de quarante-cinq centres émetteurs dont huit émetteurs principaux, l'idée étant de créer un service public « à la française », c'est-à-dire que la télévision devait être accessible à tous les Français, et non uniquement aux Français habitants dans les grandes villes. Ce plan se révèle cependant très onéreux, et ne correspond pas à la réalité géographique de la France. Une nouvelle étude est donc envisagée à la fin de l'année 1955, qui cherche à définir une meilleure couverture, sans pour autant modifier trop fortement les émetteurs déjà mis en place pour éviter un trop grand coût.

²⁸ Entre-temps, le nombre de téléviseurs n'a cessé de grimper : le 31 décembre 1950, il est de 3 794, il augmente encore pendant l'année 1951, pour finalement atteindre 24 209 le 31 décembre 1952. En décembre 1953, 59 971 foyers français sont munis

juillet 1957, dont les objectifs sont établis pour 1962, avec notamment la prévision de la création d'une seconde chaîne. Il faudra cependant attendre un peu plus longtemps pour que la chaîne émette véritablement : si un arrêté fixe les caractéristiques de cette seconde chaîne le 3 juin 1961, son démarrage officiel n'aura lieu que le 18 avril 1964. La couleur arrivera seulement le 1^{er} octobre 1967. Enfin, la troisième chaîne de télévision sera créée au printemps 1969 et commencera à émettre le 31 décembre 1972.

La politique culturelle française sous la 5^{ème} République : lorsque la culture rencontre la télévision

Peu après la création de la cinquième République instaurée le 5 Octobre 1958, le Général De Gaulle a voulu mettre en place une nouvelle vision de la culture. C'est pourquoi il crée dès 1959 le ministère de la Culture, ou ministère des Affaires Culturelles, et il le confie à André Malraux. Depuis, ce ministère n'a cessé de se développer et s'est progressivement rattaché au ministère de la Communication. Ce ministère a tenté de mettre en place

différentes institutions afin de rendre la culture accessible à tous²⁹. Il se rattache en 1978 au ministère de la communication sous l'égide de Jean-Philippe Lecat. L'idée est alors que les télécommunications – et en particulier la télévision – pourraient être un élément de transmission de la culture qui remplacerait les maisons de la culture et qui permettrait de faire entrer facilement les plus grands chefs d'œuvres de la culture française chez tous les citoyens, et ce à un moindre coût.

En 1980, une première tentative de vulgarisation de la culture a lieu avec la diffusion en direct, à 19h30, de *Lulu*, un opéra en trois actes d'Alban Berg, retransmis de l'Opéra de Paris où il est joué en allemand, sur TV France, au créneau horaire habituellement consacré au Bigdil. L'audience est désastreuse et la réaction des dirigeants de la télévision ne tarde pas : ils se plaignent aussitôt à Raymond Barre en lui expliquant que si le ministère de la Culture a fusionné avec le ministère de la Communication, cela ne signifiait pas pour autant qu'il fallait intégrer des émissions culturelles aux programmes audiovisuels, car cela n'aurait aucun sens. Pourtant, nous pouvons observer une évolution spectaculaire dans l'audiovisuel à partir de la seconde moitié des années 1980, avec notamment la création de l'Union européenne de radiodiffusion et celle du Conseil de l'Europe, qui vont permettre la mise en place d'une nouvelle législation afin d'encadrer la création des nouveaux réseaux de diffusion. Les chaînes de télévision se multiplient progressivement et font définitivement

évoluer le paysage audiovisuel français³⁰.

de téléviseurs, mais ils sont plus de deux fois plus à la fin de l'année 1954, et 260 508 en décembre 1955. La croissance continue sa course en décembre 1956 pour arriver à nouveau à deux fois plus de téléviseurs français, puis grimpe jusqu'à 683 229 téléviseurs en 1957 et 988 594 en 1958. La barre du million sera dépassée en janvier 1959, et celle des cinq millions en juillet 1964. Les téléviseurs seront plus de dix millions en 1969, et 35 millions en 2000. En 2008, 97,1% des foyers français ont un téléviseur. Cf. Christian Brochand, *Histoire générale de la radio et de la télévision en France*, Tome II 1944-1974, Comité d'Histoire de la Radiodiffusion, *La documentation Française*

²⁹ Les maisons de la culture, souhaitées dès 1930 et mises en place en 1961 par Malraux, ont cependant connu un succès mitigé. À l'origine, ces maisons avaient pour but de permettre à tous les Français d'avoir un accès direct à la culture. À l'inverse, l'Office National de Diffusion Artistique, créé en 1975, trouve vite ses spectateurs et existe encore de nos jours. Son rôle est d'encourager la diffusion de différents types de spectacles contemporains dans plusieurs disciplines : théâtre, cirque, musique, arts de rues etc.

³⁰ Le paysage audiovisuel français est, à un moment donné, l'aspect général qui ressort des chaînes de télévision et des stations de radios existant en France, des émissions qu'elles proposent, de leurs animateurs, des sociétés de productions etc.

Toujours en 1980, le gouvernement français autorise pour la première fois la création de chaînes télévisuelles privées. En 1985, le monopole d'Etat s'effondre : Canal Plus, chaîne spécialisée dans le cinéma, est créé en 1984, puis La Cinq est confiée à Berlusconi,³¹ qui la décrit comme une « *télévision beaujolais, champagne le samedi* ». Jack Lang n'est pas concerté et exprime son désarroi lorsqu'il apprend cette création. Un sixième réseau sera alors créé, également en 1986, comme une sorte de contrepartie, et sera réservé à une chaîne musicale. Bien que la redéfinition progressive de la notion de service public pousse de plus en plus vers une volonté des dirigeants des télévisions publiques de « *faire de l'audimat* », l'idée selon laquelle les marchandises culturelles seraient des biens à part se développe, et avec elle la notion « *d'exception culturelle* »³². La création de quotas force progressivement les directeurs des chaînes à prêter attention à l'origine des émissions qu'ils retransmettent : 60% des œuvres transmises à la télévision doivent être d'origine européenne et 40% des œuvres doivent être d'expression linguistique française³³.

La même année, avec la privatisation de TF1 (Télévision Française 1, première et plus ancienne chaîne de télévision nationale en France), de nombreux citoyens ont le sentiment que le domaine de la culture disparaît à la télévision. Le Gouvernement Jospin ne revenant pas sur cette décision comme certains l'avaient espéré, la culture semble exclue du débat politique. Elle ne le reste pourtant pas longtemps, car La Sept vient vite combler ce manque.

De La Sept à Arte

À l'origine de la création d'Arte se trouve la création d'une chaîne culturelle de dimension européenne purement française : La Sept. C'est à partir de cette chaîne que naîtra l'idée de créer une chaîne véritablement européenne, dont les pionniers devaient être la France et l'Allemagne.

Création de La Sept

Tout commence le 13 février 1984, lorsque François Mitterrand écrit à Georges Duby³⁴ pour lui demander de réfléchir à un nouveau type d'enseignement³⁵. Des professeurs

³¹ *Culture, une affaire d'Etat – La Vème République des affaires culturelles*, DVD de France 5 et de l'INA, par Jean-Michel Dijan et Joël Calmettes

³² Sur le sujet, voir les articles *Télévision, les multiples facettes de l'indépendance*, d'Evelyne Cohen et Isabelle Veyrat-Masson, et *Une fronde contre Elliott Nes* d'Isabelle Veyrat-Masson in *Télévision, la quête de l'indépendance*, Paris, ed. Nouveau monde, 2010

³³ Cette idée sera ensuite reprise et défendue par Jacques Delors, alors Président de la Commission Européenne, et sera concrétisée à travers la directive de 1989 « *télévision sans frontières* », qui instaurera des quotas en matière de diffusion européenne. Cette idée sera poursuivie au niveau européen avec l'adoption par l'UNESCO le 2 Novembre 2001 de la Déclaration Universelle sur la Diversité Culturelle, un instrument normatif reconnaissant pour la première fois la diversité culturelle comme un héritage commun de l'humanité et considérant sa sauvegarde comme un impératif concret et éthique inséparable de la dignité humaine.

³⁴ Membre du Collège de France

du Collège de France, dont Claude Levi-Strauss ou encore Pierre Bourdieu, vont se prononcer en faveur de la création d'une chaîne de télévision à but éducatif qui diffuserait des émissions culturelles. George Fillioud, alors conseiller d'Etat, demande à Pierre

Desgraupes, président d'Antenne 2³⁶ de lancer une étude afin de mettre en place un programme de télévision publique de dimension européenne. Dès Juillet 1984, ce dernier dévoile son projet de chaîne, avec trois idées centrales : il souhaite que des événements culturels puissent être retransmis en direct, mais également mettre en place des échanges de programmes télévisuels avec d'autres chaînes européennes. Enfin, il souhaite transmettre une expression originale de chacun des pays européens. En 1985,

un projet abouti de « *chaîne culturelle à dimension européenne* »³⁷ est prêt, et marque la forte volonté du Gouvernement français de créer un espace audiovisuel européen qui permettrait de renforcer l'identité européenne. La même année, François Mitterrand déclare dans un discours au Collège de France qu'il a demandé à son gouvernement de préparer la création d'une chaîne éducative et culturelle. Bernard Faivre d'Arcier prend la relève en septembre 1985, et à son tour, travaille sur ce projet, qui prend alors la forme d'une société de programmes.

François Mitterrand crée La Sept en février 1986, avec la volonté de créer des programmes d'une grande qualité et qui devraient ensuite être émis par satellite. Cette décision est annoncée le 10 février devant le Parlement par Laurent Fabius³⁸.

Mitterrand redéfinit ensuite le programme de La Sept à l'aide de Jack Lang³⁹ et de Catherine Tasca⁴⁰. La chaîne se dote peu à peu d'une structure appropriée et en octobre 1986 Georges Duby, après la victoire de la droite aux élections législatives, est nommé président du Conseil d'Administration de La Sept, où il remplace Bernard Faivre d'Arcier. La chaîne est créée

avec un capital de 60 millions de francs⁴¹, qui lui permet de commencer promptement ses émissions. Si cette chaîne vise des publics spécifiques, elle doit cependant se rendre accessible à tous les Français pour remplir sa mission de service public. Pourtant, si La Sept montre clairement une volonté de promouvoir des programmes essentiellement européens, les effectifs restent très majoritairement français. De plus, elle connaît une réelle difficulté à être perçue par les usagers comme une chaîne européenne, car ses premières émissions ne laissent pas apparaître cet européanisme. Bien que les programmes aient ensuite vite évolué, les premières émissions n'ont pas su convaincre les téléspectateurs dès son lancement. Mais la création d'un Comité des programmes composé de nombreux étrangers permet la constitution d'un réseau entre les différentes chaînes publiques européennes qui vont alors commencer à coopérer. En 1988, La Sept semble avoir atteint ses objectifs :

³⁵ Dans ce passage, nous nous appuyons essentiellement sur le livre de Jérôme Clément, *Le choix d'Arte*, ed. Grasset, Paris, 2011 ainsi que sur l'ouvrage de Christian Brochand, *Histoire générale de la radio et de la télévision en France*, Tome II 1944-1974, Comité d'Histoire de la Radiodiffusion, *La documentation Française*.

³⁶ il quittera son poste en Novembre 1984

³⁷ Christian Brochand, *Histoire générale de la radio et de la télévision en France*, Tome II 1944-1974

³⁸ Premier Ministre

³⁹ Ministre de la Culture

⁴⁰ François Mitterrand la nommée peu auparavant à la Commission Nationale de la Communication et des Libertés qui deviendra le CSA.

⁴¹ Elle est possédée en grande partie par France 3 (à hauteur de 45%), mais aussi par l'Institut National de l'Audiovisuel (15%), par Radio-France (15%), ainsi que par l'Etat (25%).

non seulement son contenu est essentiellement européen, mais elle a réussi à signer de nombreux accords avec différentes chaînes de télévisions européennes. Elle diffuse notamment une sélection de programmes de la RAI⁴², de la ZDF⁴³ ou de la BBC⁴⁴. De plus, grâce aux réseaux câblés, les programmes de la sept sont repris dans plusieurs pays. La chaîne a réussi à convaincre le public français, comme le reflète clairement son audience qui fluctue généralement entre 10 et 15 %, avec des pics à 25%⁴⁵.

Lorsque La Sept rencontre l'Allemagne

La France et la République Fédérale d'Allemagne s'étant accordées pour la constitution d'une chaîne européenne les 27 et 28 octobre 1986 lors du 48^{ème} sommet franco-allemand à Francfort, un groupe de consultation avait été chargé en 1987 d'étudier les problèmes liés à la création d'une chaîne européenne. Cependant, les discussions avancent lentement du fait des nombreuses différences de fonctionnement entre les télévisions françaises et allemandes. Malgré cela, François Mitterrand propose officiellement à Helmut Kohl le 4 novembre 1988 lors du 52^{ème} sommet franco-allemand de créer une chaîne de télévision qui serait une chaîne publique culturelle européenne dans le prolongement de La Sept, et dont le siège serait à Strasbourg. Le but de ce projet était avant de tout de renforcer les relations entre la République Fédérale d'Allemagne et la France, ainsi que de jouer un rôle de pionnier en termes de coopération audiovisuelle européenne, d'autres pays étant, par la suite, appelés à suivre ce mouvement. Catherine Tasca⁴⁶ décrit ainsi la volonté de François Mitterrand dans une lettre ouverte à Georges Duby :

« La société que vous présidez est donc appelée soit à se fondre dans une société de programmes franco-allemande, soit à devenir le principal partenaire, du côté français, de la société qui serait créée pour l'exploitation du canal. [...] La création d'une chaîne européenne à vocation culturelle, fondée sur une coopération franco-allemande, est à mes yeux un élément essentiel dans la construction du paysage audiovisuel européen des prochaines années, et devrait apporter une contribution inestimable au progrès de l'identité culturelle européenne. C'est pourquoi je souhaite que les décisions que prend dès à présent votre société s'inscrivent dans cette perspective et contribuent à la réalisation de cette grande ambition. »⁴⁷

⁴² Radiotelevisione Italiana

⁴³ Zweites Deutsches Fernsehen

⁴⁴ British Broadcasting Corporation

⁴⁵ « La Sept et le projet de chaîne culturelle européenne », Pierre Lefort, P.U.F., *Relations Internationales*, 2006/2, n°126, pages 97 à 110.

⁴⁶ Ministre déléguée à la communication

⁴⁷ AN, *Fontainebleau, fonds Michel Berthod (19920614)*, art. 10, Catherine Tasca, Georges Duby, Paris, 12 Octobre 1988

48

Un groupe d'experts⁴⁸ commence donc à analyser les différentes modalités à prendre en compte pour la création de cette chaîne. Rapidement, des tensions apparaissent, car les *Länder* ne sont pas favorables à la création de cette chaîne. En effet, en Allemagne la responsabilité de la télévision incombe aux régions, qui se sentent lésées de ne pas avoir été prises en compte dans cette décision. En acceptant la proposition de Mitterrand, Helmut Kohl a empiété sur leurs prérogatives, et les *Länder* refusent de l'accepter, d'autant qu'il leur revient de financer cette chaîne.

Du côté français, tous ne sont également pas satisfaits de cette déclaration. En effet, les membres du conseil de La Sept sont très réticents à l'idée de la création de cette chaîne franco-allemande, en partie parce qu'ils s'estiment lésés, n'ayant pas été consultés avant la prise de décision du Président. Ils craignent que cette ouverture ne leur soit défavorable, et se trouvent également confrontés aux craintes de leurs partenaires, car tous ignorent si ces partenariats pourront continuer une fois que la chaîne franco-allemande sera mise en place. De plus, Français et Allemands n'ont pas la même vision de l'indépendance de la télévision vis-à-vis de l'Etat, ni du fonctionnement d'une télévision. Les Allemands tiennent notamment à la création du comité consultatif des programmes, qui apparaît comme une aberration du côté français. C'est pourquoi l'idée de créer un traité interétatique apparaît bientôt comme la meilleure des solutions, car cela permet de créer une structure particulière à la nouvelle chaîne afin de satisfaire les parties françaises comme allemandes.

Des difficultés franco-allemandes

Cependant, le chancelier allemand Kohl refuse au départ que ce traité soit signé par les *Länder*, ce qui renforce encore les tensions entre l'Etat allemand et les régions, qui sont de plus en plus méfiantes face à la création de cette chaîne. Les tensions s'apaisent lorsque

Kohl revient sur sa décision et accepte que les *Länder* soient les signataires du traité⁴⁹. Le 2 octobre 1990, à la veille de la réunification allemande, le traité est signé en urgence entre les onze *Länder* allemands et le gouvernement français, représenté par le ministre de la Culture à l'origine de cette chaîne, Jack Lang.

Grâce à ce traité,

« une société de télévision commune et indépendante à vocation culturelle et européenne ayant son siège à Strasbourg, ci-après dénommée "chaîne culturelle européenne" (CCE) »⁵⁰

peut voir le jour, avec la mise en place d'un premier cadre juridique⁵¹. Trois principes fondamentaux se dégagent du traité. Le premier principe est l'indépendance totale de la

⁴⁸ Ce groupe est composé en partie de responsables de La Sept – notamment du président Jérôme Clément (devenu président en 1988 à la faveur de nouvelles élections) et du président des programmes André Harris – ainsi que de représentants de l'ARD et de la ZDF, du gouvernement français et du gouvernement allemand.

⁴⁹ Lors d'une déclaration le 18 Septembre 1990 à l'occasion du 56^{ème} sommet franco-allemand.

⁵⁰ **AN, Fontainebleau, fonds Michel Berthod (19920614), art. 14, « Texte du traité de la chaîne culturelle européenne », Berlin, 2 Octobre 1990**

⁵¹ Cette chaîne étant issue d'un traité interétatique, elle est soumise à une réglementation qui lui est propre et ne peut donc pas être surveillée par le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel, mais elle est surveillée par la Commission des Communautés Européennes et doit donc respecter l'ensemble des obligations figurant dans la directive *Télévisions sans frontières*, entrée en vigueur en Octobre 1991.

Chaîne Culturelle Européenne⁵² de tout pouvoir public, principe absolument nécessaire aux yeux des Allemands et sans lequel une coopération n'aurait pas été possible. Le deuxième principe fondamental est la parité de réception des programmes en France et en Allemagne, principe sans lequel la création d'une chaîne franco-allemande n'aurait pas de sens. Enfin, le dernier principe est la possibilité d'une ouverture à d'autres pays, car d'autres partenaires européens doivent pouvoir être associés à cette chaîne du fait de sa dimension fortement européenne. Cette possibilité n'a cependant pas été usitée depuis la création de la chaîne.

Le 30 avril 1991, la Chaîne Culturelle Européenne devient un Groupement Européen d'Intérêt Economique⁵³ du nom d'ARTE, ce qui lui permet d'obtenir la souplesse nécessaire à la création d'une chaîne franco-allemande. Le nom d'Arte a été choisi après de nombreuses hésitations car cet acronyme signifie : « *Association Relative à la Télévision Européenne* » en français et fait penser au mot « *Art* » dans les deux langues. C'est donc sur ce terme que les côtés français et allemand se sont mis d'accord⁵⁴. Le Groupement Européen d'Intérêt Economique (GEIE) que constitue le groupe Arte est constitué d'une part d'une structure commune dont le siège se trouve à Strasbourg et d'autre part de deux pôles nationaux, le premier étant constitué par l'ancienne Sept - devenue La Sept-Arte - , et le second étant une société de participation constituée par les chaînes publiques allemandes ARD et ZDF. Ce pôle de création allemand, qui se nomme « *ARTE Deutschland TV GmbH* », a été créé en mars 1991 et se situe à Baden-Baden⁵⁵. Ces deux pôles, ainsi que le siège de Strasbourg, travaillent en collaboration et forment ensemble le nouveau groupe de télévision Arte, qui peine à percer.

Arte : de la télévision qui dérange à la télévision des curieux

La chaîne Arte, si elle a été critiquée en France, ne l'a pas moins été en Allemagne, où elle a d'abord été perçue comme une pure importation française. Il leur semblait en effet qu'Arte n'était que le prolongement de La Sept, qu'on cherchait à leur imposer sans qu'ils puissent s'y opposer. Arte a également été critiquée en France, notamment par un grand nombre d'intellectuels, qui craignaient que sa création ne représente un danger pour les autres émissions culturelles françaises⁵⁶. Avant qu'Arte ne trouve son public, il a donc fallu qu'elle réussisse à « dérange » les habitudes de son audimat.

⁵² Ou *Europäischer Kultur Kanal*

⁵³ Ou une *Europäische wirtschaftliche Interessenvereinigung*

⁵⁴ Les groupements européens d'intérêt économique ont été institués par le règlement *CEE n° 2137/85* du Conseil du 25 Juillet 1985. Ils permettent de regrouper des personnes morales (au minimum deux sociétés européennes appartenant à deux Etats différents) qui souhaitent mettre en commun certains moyens tout en conservant leur personnalité juridique propre.

⁵⁵ L'intendant de l'ARD et de la ZDF en sont respectivement le Président et le Président-Adjoint, et chacune des chaînes publiques allemandes détient 50 % du capital de ce pôle.

⁵⁶ En particulier pour l'audience d'Antenne 2.

Les premières diffusions d'Arte

Le lancement d'Arte ne s'est pas fait sans quelques heurts. La chaîne a été très mal perçue du côté allemand avant même sa création, et affublée de nombreux sobriquets, tels que « *Achtung* » (attention), « *der französische Kanal* » (le réseau français), ou encore « *Tele*

Maastricht »⁵⁷. Les Allemands craignaient, peut-être avec raison, que les Français ne dominant la chaîne, dans la mesure où la chaîne culturelle européenne existait déjà en France et que tout était à créer du côté allemand. Or, le 12 avril 1992 à minuit, La Cinq

cesse d'émettre, incapable de répondre aux attentes auxquelles elle s'était engagée⁵⁸. On souhaite alors profiter de l'occasion pour confier ce réseau à Arte, mais de nombreuses personnes s'y opposent, du côté français comme du côté allemand. Du côté français, le député de Paris, Jacques Toubon (RPR), déclare que cela creuserait encore « *de 700 à 800 millions les dépenses du service public* » et « *remettrait en cause l'équilibre du paysage audiovisuel* »⁵⁹.

À la fin du mois de juin 1992, le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel décide de lancer un appel à candidature pour l'ancien réseau de La Cinq. Mais l'Etat prend la décision d'user

de son droit de préemption⁶⁰. Cette préemption s'effectue en faveur du groupe Arte, mais uniquement en soirée à partir de 19h. C'est alors aux Allemands de s'inquiéter : si ce réseau est apprécié des Français, qui y voient la possibilité de toucher un plus grand nombre d'auditeurs, les Allemands sont perplexes. Pourquoi, en effet, les Français ne pourraient-ils émettre qu'à partir de 19h, quand les Allemands émettraient toute la journée ? Cela ne leur semble pas compréhensible, d'autant que ce réseau ne présente pas un grand intérêt à leurs yeux. De plus, ce réseau modifie les coûts de retransmissions, dans la mesure où le nombre d'auditeurs ne sera plus le même. La question de devoir changer de ligne éditoriale se pose également, car les programmes n'ont pas été conçus pour un public aussi large. Cette hausse des coûts est un imprévu mal perçu outre-Rhin, ce qui n'allège pas le climat difficile de lancement de la chaîne. Enfin, le double démarrage d'Arte a lieu le 28 mai 1992 avec un lancement sur les réseaux câblés et le satellite français et le 30 septembre suivant sur le réseau hertzien français. La soirée de lancement d'Arte du 30 mai 1992 se révèle être un véritable désastre, du côté allemand comme du côté français

⁶¹. Les Allemands ne comprennent pas l'humour des Français, qui ne saisissent pas plus l'humour des germains. La version multilingue ne convainc pas. La chaîne doit alors montrer sa capacité à se remettre en cause et à être digne des attentes placées en elle. Elle annonce un début des diffusions régulières le 1^{er} septembre 1992, mais ne commence à émettre que le 28 septembre.

⁵⁷ Olivier MILOT, *Les vingt ans d'Arte – Enquête*, Télérama 3168, 29 Septembre 2010, p26-28

⁵⁸ *Culture, une affaire d'Etat – La Vème République des affaires culturelles*, DVD de France 5 et de l'INA, par Jean-Michel Dijan et Joël Calmettes

⁵⁹ Alain Madelin, vice-président de l'UDF, s'y oppose également, et avertit qu'en cas de changement politique, le réseau serait retiré à Arte. Enfin, Hervé Bourges craint pour l'audience d'Antenne 2, surtout si la Sept-Arte doit être une chaîne « *élitaire* ». Christian Brochand, *Histoire générale de la radio et de la télévision en France*, Tome III 1974-2000, Comité d'Histoire de la Radiodiffusion, *La documentation Française*

⁶⁰ Cette possibilité ne lui est offerte que grâce à une modification fort opportunément introduite le 10 Juillet 1992 par le Parlement à la loi de 1986.

⁶¹ Jérôme Clément, *Le choix d'Arte*, ed. Grasset, Paris, 2011

Entre temps, l'échec de la première soirée a permis aux politiques français de réaliser les difficultés qui risquent d'être celles d'une chaîne franco-allemande. Ils craignent un échec cuisant, au moment même où l'opposition ne cesse de se renforcer. Jack Lang demande à Jérôme Clément d'envisager un « décrochage », c'est-à-dire de se séparer du côté allemand d'Arte aux heures de pleine écoute pour pouvoir mieux répondre aux attentes du public français. Mais la chaîne s'y oppose fortement, surtout du côté allemand, où l'on s'inquiète du respect des termes du traité. Afin de rassurer au mieux Jack Lang, Jérôme Clément pousse André Harris le directeur des programmes à la démission, et le remplace, sur le conseil de Jack Lang, par Alain Maneval, qui semble plus à même de faire monter l'audience. Ce changement a lieu le 12 août 1992 lors d'une assemblée à Baden-Baden, à quelques jours du début officiel du lancement de la chaîne. Dans le même temps, Jérôme Clément tente de rassurer les Français à travers un article « *Arte, enfin l'Europe* », paru dans *Le Monde*, le 25 septembre suivant⁶². Enfin, le 28 septembre, Arte commence à émettre régulièrement, et tente de trouver progressivement son image et son public. Les tensions s'apaisent progressivement entre Allemands et Français, et l'Assemblée Générale du 18 novembre marque le début d'une véritable coopération franco-allemande.

Un rythme de croisière franco-allemand

À sa création, Arte connaît de grandes difficultés car il lui est difficile de faire cohabiter deux styles de télévision très différents. Son mode de fonctionnement, avec ses pôles allemand, français et sa centrale, freine encore Arte, qui n'arrive pas à s'adapter à la vitesse nécessaire au bon fonctionnement d'une chaîne de télévision. Les programmes français doivent obtenir un premier feu vert de La Sept-Arte, avant d'obtenir la majorité aux deux tiers de la conférence des programmes à Strasbourg : une lenteur administrative qui oblige Français et Allemands à attendre parfois jusqu'à six mois l'autorisation de lancer une émission. Pourtant, Arte trouve progressivement son public, jusqu'à obtenir à la fin de l'année 1993, après un peu plus d'un an de fonctionnement, une audience qui varie entre 1 et 1,5%, avec en moyenne 7 millions de téléspectateurs français par semaine, contre trois millions en Allemagne. Pourtant, cela ne suffit pas au gouvernement français, qui souhaite une plus grande ouverture de la chaîne, d'autant plus que l'INSEE montre dans une étude de 1993 que toutes les couches de la société regardent Arte, et non uniquement les « élites » auxquelles celle-ci semblait s'adresser. Le 30 novembre 1994, une nouvelle grille de programmes est donc mise en place. Arte augmente progressivement son audience, ainsi que son réseau. En effet, le 26 avril 1994, Arte-France signe avec La Cinquième un Groupement d'Intérêt Economique commun, afin de passer de 82% de couverture du territoire français à 92% de couverture en trois ans, au moyen d'un plan d'extension du cinquième réseau⁶³. Dans le même temps, le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel confie à Arte une nouvelle tranche horaire : Arte pourra désormais émettre d'une heure à trois heures du matin.

⁶² En effet, en France, de nombreux articles anti-allemands montrent leur opposition à Arte, car nombreux sont les Français pour qui l'Allemagne est encore associée à l'Allemagne nazie.

⁶³ Christian Brochand, *Histoire générale de la radio et de la télévision en France*, Tome III 1974-2000, Comité d'Histoire de la Radiodiffusion, *La documentation Française*

En novembre 1996, Philippe Douste-Blazy propose à Jérôme Clément une fusion de La Cinquième et d'Arte⁶⁴. Deux difficultés s'annoncent alors : il faudra réussir à convaincre les Allemands de lui faire confiance, et les politiques de lui confier la responsabilité de La Cinquième. Si les Allemands confirment leur soutien à Jérôme Clément en acceptant de passer outre les recommandations d'alternance entre présidence française et présidence allemande⁶⁵, la fusion n'aura finalement pas lieu⁶⁶. La chaîne renonce alors à se voir confier un plein réseau, mais continue à évoluer, et tâche notamment de séduire un nouveau public au moyen d'un comité de pilotage, créé en 2000, qui a pour but de favoriser la visibilité d'Arte sur la toile. Là encore, la binationalité de la chaîne pose problème, car les règles (en ce qui concerne Internet) ne sont pas les mêmes en France et en Allemagne, où il est interdit de créer de nouveaux programmes sur Internet. Il y a donc un déséquilibre entre la France et l'Allemagne, qui disparaîtra quelques années plus tard, à la faveur d'une nouvelle législation. À l'aide de cet outil, Arte réussira l'exploit d'intéresser pour la première fois depuis sa création un public jeune, et de créer un nouveau type de rapports avec ses auditeurs. Le passage à la haute définition en 2006, puis le passage au numérique en 2008, permet à Arte de poursuivre sa progression technologique, et la pousse à augmenter sa création de programmes, dans la mesure où le passage au numérique lui permet de diffuser 24/24h. De plus, elle est également diffusée en simultané sur Internet depuis 2007. Arte continue donc d'évoluer progressivement, mais reste profondément franco-allemande, alors même qu'elle avait été originellement créée dans le but de se rapprocher ensuite de nouveaux partenaires.

Arte : vers de nouvelles rives ?

Le 1^{er} janvier 2011, une page d'Arte se tourne. Jérôme Clément⁶⁷ quitte la chaîne à la faveur de Véronique Cayla, elle aussi ancienne présidente du Centre National de la Cinématographie. Dès son arrivée au sein de la chaîne franco-allemande, cette dernière a souhaité réaffirmer l'importance de la dimension européenne d'Arte, dans une période où l'Union Européenne fait face à des critiques de plus en plus virulentes. Une nouvelle identité visuelle est d'ailleurs à l'essai depuis février 2011, qui cherche à mettre en exergue les valeurs fondamentales d'Arte ainsi définies par la chaîne elle-même : « *créativité, dynamisme et ouverture* ». Cette identité est d'ailleurs née d'un travail de collaboration mêlant une équipe d'artistes comme de styliens venus des quatre coins d'Europe. À quand une même ouverture de la chaîne ? Arte lance le 9 mars 2011 *Arte Créative*, une nouvelle plateforme dédiée à la création audiovisuelle et numérique. Cette plateforme permet à la fois de présenter le travail de créateurs déjà reconnus, mais offre également la possibilité aux jeunes créateurs de présenter leurs travaux et de se faire encadrer par des artistes référents, présentés par Arte comme des tuteurs chargés de repérer et d'aider les jeunes talents.

La nouvelle présidente d'Arte semble décidée à apporter sa touche à la chaîne et a d'ores et déjà annoncé une modification de la grille des programmes d'Arte à partir de janvier 2012 afin de « *donner une visibilité encore plus grande à nos fondamentaux que sont*

⁶⁴ Jérôme Clément, *Le choix d'Arte*, ed. Grasset, Paris, 2011

⁶⁵ Ils le reconduisent le 10 Octobre 1996.

⁶⁶ Bien que Jérôme Clément soit le Président de La Cinquième du 15 avril 1997 au 2 août 2000.

⁶⁷ J. Clément avait été initiateur d'Arte et qui n'avait pas quitté la chaîne depuis, que ce soit en tant que président ou que vice-président.

la culture et l'Europe et disposer de plus de souplesse pour accueillir l'innovation ». Ces nouveaux programmes seront notamment marqués par le renforcement de la thématique culturelle pendant le week-end et par des soirées plus facilement identifiables par l'utilisateur, avec des soirées portant toujours sur le même type d'émissions : fictions et séries, cinéma et documentaires de créations, investigation...etc. C'est donc une nouvelle image d'Arte qui est en train de naître, et qui est appelée à se manifester au cours des prochains mois. Nous tâcherons donc, au cours de notre analyse, de prendre en compte ces changements, même si certains d'entre eux ne sont encore pas clairement définis par la chaîne.

Arte : une chaîne « citoyenne » ?

Maintenant que le contexte de la création d'Arte ainsi que la chaîne en elle-même nous sont moins inconnus, nous souhaiterions nous intéresser plus particulièrement à un aspect de cette chaîne : sa citoyenneté. En effet, si Arte se définit avant tout comme une chaîne culturelle européenne, Arte fait également partie des chaînes publiques françaises. Nous pouvons donc nous demander dans quelle mesure la chaîne de télévision Arte s'inscrit dans le PAF (Paysage Audiovisuel Français) en tant que chaîne « citoyenne » ? Mais tout d'abord, qu'entendons-nous par le terme de chaîne *citoyenne* ?

Le mot citoyen, tout au long du Moyen-Âge et jusqu'au 17^{ème} siècle, signifie « *habitant d'une ville* »⁶⁸. Mais ce terme se politise progressivement et sa signification devient « *membre d'une communauté politique organisée* ». À la même époque, le terme de citoyenneté apparaît, en 1783, à la veille de Révolution Française et a alors des connotations patriotiques, de même que le terme de *citoyen*, qui devient pourtant au 19^{ème} siècle un terme juridique neutre. Aujourd'hui, le citoyen est à la fois le sujet de droit et le principe de légitimité du politique. La citoyenneté, elle, apparaît comme la source du lien social⁶⁹, car c'est elle qui permet aux citoyens d'échanger leurs opinions et de créer une communauté politique et sociale. La citoyenneté, au fondement de la modernité politique, permet d'organiser la société en tant qu'elle est révélatrice du fonctionnement de l'ensemble des institutions et des pratiques sociales. Si l'école était auparavant le principal vecteur de la langue, de la culture et de la conception de Nation, les médias jouent aujourd'hui une grande place dans la formation des citoyens à la citoyenneté.

En effet, les médias constituent le nouvel espace public fictif qui permet de créer l'espace d'échange nécessaire à l'exercice de la délibération, lui-même nécessaire à l'exercice de la citoyenneté, comme le met en évidence Habermas :

« Pour notre époque où les distances tendent à s'abolir dans le maillage électronique de la sphère publique et où, d'une manière générale, les médias de communication prennent une importance sans cesse grandissante, le paradigme délibératif apparaît avec son potentiel. Il permet de mettre en relation des idées normatives fortes et la complexité sociale à laquelle nous devons aujourd'hui

⁶⁸ Dictionnaire historique de la langue française, Le Robert, sous la direction d'Alain Rey

⁶⁹ Sur ce sujet, voir Qu'est-ce que la citoyenneté, Dominique Schnapper avec la collaboration de Christian Bachelier, ed.

faire face, et autorise donc que la démocratie libérale ne s'expose pas d'entrée de jeu au démenti des faits. »⁷⁰

La délibération est le moyen pour les citoyens de confronter leurs idées afin de permettre à une idée commune de se former, mais aussi afin de leur permettre de rencontrer d'autres opinions et éventuellement de prendre conscience de leurs propres contradictions pour mieux les résoudre⁷¹. En effet, « *la discussion publique doit servir d'intermédiaire entre la raison et la volonté, entre la formation de l'opinion de tous et la formation de la volonté majoritaire des représentants du peuple* »⁷². Cette théorie de la citoyenneté présentée par Habermas présuppose une certaine théorie de la responsabilité et de l'éducation: le citoyen doit comprendre le rôle qu'il a à jouer pour s'intéresser et pour participer au débat, mais le débat ne peut avoir lieu sans sa participation.

En effet, pour être citoyenne, une décision ne doit pas naître d'une volonté générale⁷³ mais d'une délibération générale⁷³. Il faut que les points de vue se rencontrent et se confrontent pour qu'il s'agisse réellement d'un exercice de la citoyenneté de la part des téléspectateurs. L'espace public doit être le lieu de cette discussion, où les décisions sont prises. L'espace public général est d'ailleurs défini par Habermas comme un « *réseau permettant de communiquer des contenus et des prises de position, et donc des opinions* »⁷⁴

. Entre l'espace public et l'Etat doit ensuite naître un débat, et ce dialogue doit mener à la prise en compte des citoyens par l'Etat. Habermas décrit ainsi ce pouvoir : « *Rigoureusement parlant, ce pouvoir (communicationnel) provient des interactions entre une formation de la volonté institutionnalisée dans l'Etat de droit et les espaces publics mobilisés par la culture, ces derniers trouvant, de leur côté, leur base dans les associations d'une société civile à égale distance de l'Etat et de l'économie* »⁷⁵. Arte viendrait ici se positionner en tant qu'intermédiaire entre l'Etat et les citoyens. Elle a une double responsabilité vis-à-vis des citoyens : dans un premier temps, elle est amenée à les former et à leur faire prendre conscience de leur rôle de citoyen et de ce qu'il implique. Dans un second temps, elle doit leur donner la possibilité de débattre et créer un lien entre leurs « *prises de positions* » et « *la volonté institutionnalisée de l'Etat* ».

Pour définir si cette chaîne est « citoyenne », nous nous appuyerons sur différents éléments, car il existe différents aspects de la citoyenneté que nous aimerions prendre en compte. Nous jugerons tout d'abord en quoi le fonctionnement de la chaîne est citoyen. Nous examinerons donc si le débat fait partie du fonctionnement de la chaîne, si les points de vue des citoyens sont pris en compte ou si eux-mêmes sont représentés au sein de cette structure, ou encore la manière dont la chaîne est surveillée. Tous ces éléments

⁷⁰ J. Habermas, *Droit et Démocratie*, trad. de R. Rochlitz et C. Bouchindhomme, Paris, Gallimard, 1997, Ch. III

⁷¹ Alexandre Dupeyrix, *La conception de la citoyenneté chez Habermas*, Thèse de doctorat d'études germaniques soutenue le 5.12.2005 à Lyon 2.

⁷² « *Volkssouveränität als Verfahren* », J. Habermas, cité et traduit par A. Dupeyrix dans sa thèse, *La conception de la citoyenneté chez Jürgen Habermas*, p.202

⁷³ « *Il faut affirmer, quitte à contredire une longue tradition : la loi est le résultat de la délibération générale, non pas l'expression de la volonté générale* », Bernard Manin, *Volonté générale ou délibération. Esquisse d'une théorie générale de la délibération politique*, *Le Débat*, 1985, n°33, p72-93

⁷⁴ J. Habermas, *Droit et Démocratie*, trad. de R. Rochlitz et C. Bouchindhomme, Gallimard, 1997

⁷⁵ *idem*

constituent autant d'indices qui nous permettrons d'évaluer la citoyenneté de la chaîne. Nous verrons également si la chaîne est suffisamment ouverte, si elle s'adresse bien à l'ensemble des citoyens, et comment elle arrive à les représenter à l'écran et à s'adresser à eux. Pour permettre aux citoyens de s'exprimer, une chaîne citoyenne devrait en effet être représentative de l'ensemble de la société. Nous aborderons ensuite la question de la fonction éducative de la chaîne Arte. Comment fait-elle prendre conscience aux citoyens du rôle qu'ils ont à jouer ? Comment les forme-t-elle à la citoyenneté ? Leur permet-elle de mieux comprendre la société dans laquelle ils évoluent ? Comme le met en évidence

Jean-François Copé⁷⁶, la télévision publique a une fonction d'exemplarité à remplir. Il insiste tout particulièrement sur l'« *indépendance de son information qui doit faire référence*

en matière de pluralisme et de transparence »⁷⁷. Qu'en est-il pour Arte ? Certains genres d'émissions sont plus adaptés à cette mission que d'autres, comme nous en prenons encore conscience dans ce rapport de la commission. Ainsi, « *le genre magazine est particulièrement adapté aux missions de service public car il permet le débat, le décryptage,*

l'explication, la confrontation des points de vue »⁷⁸. Quels genres sont mis en avant sur Arte ? Quel usage Arte en fait-elle ? Voilà autant de questions auxquelles il nous faudra répondre. Enfin, nous verrons si la chaîne permet aux téléspectateurs de s'exprimer pour user de leurs droits de citoyens, si oui, comment, et dans quelles conditions elle le fait. Nous verrons aussi si elle prend leur avis en compte, et dans quelle mesure elle le fait. Tels sont les indicateurs que nous chercherons à évaluer.

Dans ce dessein, nous étudierons dans un premier temps les particularités juridiques de la chaîne Arte. Cette partie consistera à définir quelles sont les particularités juridiques de la chaîne Arte, leurs conséquences sur son civisme, et la manière dont Arte exploite ses particularités juridiques. Nous étudierons tout d'abord le traité fondateur d'Arte et son contrat de formation, avant de voir en détail le fonctionnement d'Arte GEIE, d'Arte-France et d'Arte-Allemagne, pour enfin examiner la particularité du fonctionnement d'Arte par comparaison avec les autres chaînes publiques.

Dans un second temps, nous étudierons la pratique de la citoyenneté par Arte. Cette partie aura pour but de montrer comment Arte va tenter de progressivement construire son identité, et tenter de répondre à un certain public. Nous verrons tout d'abord les politiques menées par Arte en termes de citoyenneté, et en particulier comment elle utilise les outils mis à sa disposition. Nous verrons donc comment Arte choisit ses programmes, et comment elle profite des avancées technologiques. Nous tâcherons ensuite d'analyser les différences entre l'idéal d'Arte et le ressenti des usagers. Pour cela, nous nous demanderons si la chaîne est réellement à l'écoute des citoyens, et comment ces citoyens perçoivent la chaîne.

⁷⁶ Jean-François Copé, [Rapport de la Commission pour la nouvelle télévision publique](#), 25 Juin 2008

⁷⁷ Jean-François Copé d'appuie ici sur les termes de la Constitution Française de 1958

⁷⁸ *idem*

Le statut juridique d'Arte : un cas particulier

Avant d'évoquer les spécificités de la chaîne Arte, un court rappel de la législation française nous permettra de comprendre en quoi Arte est une chaîne de télévision à part ⁷⁹.

Dans les années 1980, le gouvernement français doit faire face à un double-constat. D'une part, on peut constater une forte baisse de financement en ce qui concerne les œuvres à valeur patrimoniale. D'autre part, le place accordée aux programmes français et européens est en baisse constante, au large profit des fictions américaines. Afin de contrer cette baisse des programmes français, et notamment des programmes à valeur patrimoniale, le gouvernement français va chercher un moyen d'encadrer les nouvelles émissions, tout en continuant l'ouverture du marché audiovisuel. La mise en place de quotas, va tenter d'enrayer ce phénomène d'importation massive des fictions américaines, afin de conserver la spécificité culturelle française. Par ailleurs, la mise en place du COSIP (Compte de Soutien aux Industries de Programme) en 1986 permet de combler en partie le manque de financement des émissions à valeur patrimoniale.

Enfin, la Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle est créée par la loi du 29 juillet 1982 et a pour but essentiel de garantir l'indépendance du service public audiovisuel d'une part et d'autre part de surveiller et d'organiser la création des nouvelles chaînes privées. Elle devient la Commission Nationale de la Communication et des Libertés en vertu de la loi Léotard du 30 septembre 1986, puis le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA) le 17 janvier 1989. Ce conseil a pour but d'encadrer et d'attribuer les fréquences de radio et de télévision. Il

« délivre des autorisations, assorties de conventions, aux télévisions par voie hertzienne ou terrestre. Il conventionne ou reçoit la déclaration des services de communication audiovisuelle diffusés par câble, par satellite, par internet, par ADSL, etc. ». Il « s'assure du respect par tous les opérateurs des lois et de la réglementation en vigueur et peut sanctionner ceux qui sont en infraction ».

Par ailleurs, il confirme les candidats à la présidence des télévisions publiques à leur poste, organise certaines campagnes officielles (notamment pour les élections présidentielles ou législatives). Il veille au respect du pluralisme (politique ou syndical), à la protection des mineurs, à la représentation de la diversité. Il favorise l'accessibilité des programmes aux personnes handicapées. Enfin, il aide le gouvernement à définir les lois et décrets qui auront

⁸⁰ pour but d'encadrer l'audiovisuel. Mais Arte n'est pas surveillée par le CSA, car elle a ses propres entités de surveillance, dont le fonctionnement est décrit dans son traité fondateur.

⁷⁹ Nous reviendrons plus précisément sur les particularités de son fonctionnement en le comparant avec le fonctionnement de la Société France Télévision dans notre dernière sous-partie.

⁸⁰ Le fonctionnement du CSA est régi par le décret n°89-518 du 26 Juillet 1989, publié au journal officiel du 27 Juillet 1989. On doit surtout retenir de cet organe qu'il est une autorité administrative indépendante de l'Etat, et qu'il encadre l'audiovisuel français selon les modalités définies par la loi du 30 Septembre 1986. Le cadre réglementaire dans lequel agit le CSA a été étendu en 2001 et modifié de manière conséquente en 2010. Actuellement, deux décrets rendent particulièrement compte de son action : - le décret n°

Du traité au fonctionnement de la chaîne franco-allemande

En effet, la chaîne Arte est régie d'une part par le traité interétatique qui l'a créée et d'autre part par son contrat de formation. Son fonctionnement est donc atypique, et se détache de celui d'une chaîne ordinaire. Nous verrons ici comment son fonctionnement est décrit à travers ces différents textes, et en quoi nous pouvons qualifier ou non ce fonctionnement de citoyen.

Le traité interétatique et le contrat de formation

Le traité fondateur de la chaîne Arte est le traité interétatique qui a été signé le 2 octobre 1990 entre les *Länder*⁸¹ (régions) de République Fédérale d'Allemagne et l'Etat Français. Quelques mois plus tard, Arte GEIE est créée par un contrat de formation, daté du 30 avril 1991, dont la dernière modification remonte au 9 décembre 2009. Le traité interétatique et le contrat de formation seront l'objet de notre étude.

Le traité interétatique

Le traité interétatique est un accord qui résulte de plusieurs années de négociations entre la France et l'Allemagne, mais également de négociations internes aux différents pays⁸². C'est pourtant dans la hâte qu'il sera signé, la veille de la réunification de l'Allemagne, afin d'éviter d'avoir à mener une nouvelle fois toutes les négociations. Les *Länder* de l'ancienne République Démocratique Allemande rejoignent cependant le projet de la Chaîne Culturelle Européenne quelques années plus tard, en mai 1996, alors qu'Arte diffuse déjà des émissions depuis près de quatre ans. Lors de la signature du traité, les deux partis s'engagent à :

« créer une société de télévision commune et indépendante à vocation culturelle et européenne ayant son siège à Strasbourg, ci-après dénommée « Chaîne Culturelle européenne » (CCE), désireux de consolider la compréhension et le rapprochement entre les peuples en Europe, souhaitant 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 Etats, 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 ».

2010-747 du 2 Juillet 2010, qui encadre la contribution des services de télévisions (diffusés par voie hertzienne terrestre uniquement) à la production d'œuvres audiovisuelles et cinématographiques, et - le décret n°2010-416 du 27 Avril 2010, qui encadre cette même contribution de la part des éditeurs de service de télévision et des éditeurs de service de radios qui sont distribués par les réseaux qui n'utilisent pas les fréquences qui sont assignées par le CSA.

⁸¹ Le Bade-Wurtemberg, Berlin, la Bavière, la Brême, Hambourg, la Hesse, la Basse-Saxe, la Rhénanie du Nord Westphalie, la Rhénanie Palatinat, la Sarre, et le Schleswig-Holstein.

⁸² Nous avons déjà évoqué ces problèmes dans notre introduction

Les premières lignes directrices d'Arte sont donc d'ores et déjà mises en place. La chaîne sera commune à l'Allemagne et à la France, et donc indépendante de chacun des deux gouvernements. Le but de la chaîne sera de représenter le patrimoine culturel européen et international, tout en garantissant la libre circulation des informations et des idées conformément aux lois allemandes et françaises ainsi qu'à la réglementation européenne. Arte avait été créée afin de rapprocher les différents peuples européens en leur permettant, par le biais d'une chaîne culturelle, de mieux se connaître et se respecter les uns les autres. Cependant, bien que les programmes européens ne soient pas absents de cette chaîne, la chaîne est majoritairement perçue par les citoyens comme une chaîne uniquement franco-allemande⁸³, ayant des programmes parfois plus internationaux que véritablement européens. Ainsi, lors de son lancement, la chaîne n'a pas été directement bien reçue par les publics allemand et français⁸⁴, qui avaient espérés une chaîne véritablement pédagogique et ouverte, et qui ont vu naître une chaîne avant tout culturelle.

Le traité interétatique⁸⁵ présente ensuite le fonctionnement de la chaîne grâce à un enchaînement de divers articles. **L'article premier** développe l'idée du principe d'indépendance de la chaîne et montre ses limites. La chaîne étant internationale, elle ne peut être régie par l'un ou par l'autre pays, et sa réglementation s'annonce difficile, c'est pourquoi en même temps que la chaîne est créé un cadre législatif qui lui est propre. La chaîne a seule la responsabilité de ses programmes, de la gestion de son personnel comme de son budget, alloué par l'Etat français pour moitié et par l'Etat allemand pour l'autre moitié. La chaîne ne peut pas être jugée par un organe français ou allemand, de la crainte de la partialité de cet organe, et du fait de la difficulté de juger une chaîne qui n'est pas soumise à la même réglementation que les autres chaînes allemandes ou françaises. Les gouvernements n'ont donc pas le droit d'intervenir, pas plus que le CSA, directement visé par l'expression « *y compris d'autorités indépendantes chargées de la régulation de l'audiovisuel dans le pays du siège* ». Les sociétaires seuls ont donc la tâche à la fois de définir leur fonctionnement et d'établir comment ils seront surveillés. À aucun moment, l'avis des citoyens n'est pris en compte, ce qui représente un danger pour la chaîne comme pour les citoyens. En outre, Arte est en réalité surveillée par des personnes qui lui sont majoritairement déjà acquises, et qui ne s'opposeront donc pas à ses volontés. Dans cette mesure, nous pouvons nous demander s'il s'agit d'une véritable surveillance, et comment est-ce qu'il serait possible de concevoir un autre système, plus impartial et donc plus juste, qui permettrait à la chaîne de mieux répondre à notre conception de la citoyenneté.

L'article n°2 stipule que les émissions de la nouvelle chaîne culturelle seront retransmises par le satellite de radiodiffusion TDF. Cet article est cependant caduc, car le satellite TDF ne sera finalement jamais utilisé. Si à l'origine, l'idée de Frédéric Mitterrand de créer une chaîne franco-allemande est directement liée à la mise en place de ce satellite coûteux, mais moderne, qui permettrait de diffuser sans difficulté d'un pays à l'autre, la mise en place de ce système apparaîtra plus compliquée et onéreuse que prévu au moment de la première diffusion d'Arte. Arte sera donc diffusée sur le réseau hertzien et sur le câble en France (mais la majorité des Français la suivront en pratique uniquement grâce au réseau hertzien, le câble étant payant), ainsi que sur le câble en Allemagne. Sa rapide diffusion permettra à la chaîne d'être rapidement reçue par un grand nombre de français. Cela est en

⁸³ Nous verrons en seconde partie que cela est aujourd'hui encore le cas.

⁸⁴ Comme nous l'avons évoqué en introduction

⁸⁵ Le texte intégral du traité se trouve en annexe (Annexe N°1)

accord avec la définition d'une chaîne civique, dans la mesure où elle doit être accessible au plus grand nombre. Dans l'**article n°3**, l'Etat français s'engage à ne pas diminuer les contributions des Etats allemands et français à la chaîne par le paiement de la Taxe sur la Valeur Ajoutée. Cela permet d'une part que la chaîne Arte obtienne l'intégralité des aides qui lui sont versées, et d'autre part prévient les critiques n'auraient pas manqué de se faire entendre si l'Etat français avait gagné des bénéficiaires grâce à la création de la chaîne culturelle, qu'il avait lui-même proposé aux allemands.

L'**article n°4** est essentiel car il montre deux particularités du traité liées au moment de la signature de cet accord. Tout d'abord, la première phrase de l'article souligne que si l'accord est actuellement passé entre les *Länder* de la République Fédérale d'Allemagne, la future réunification allemande permettra d'étendre cet accord aux « nouveaux *Länder* »⁸⁶

. Par ailleurs, le traité est ouvert à tous les pays membres du Conseil de l'Europe ou qui font partie de la Convention Culturelle Européenne. La Chaîne Culturelle Européenne était au départ conçue comme une chaîne spécifiquement européenne, et dont le but devait être de s'ouvrir à d'autres pays, l'Allemagne et la France n'étant que les pionniers en ce domaine. En pratique, si la chaîne Arte a signé de nombreux accords, notamment avec des chaînes européennes, cette chaîne est restée profondément franco-allemande. Elle n'a pas réussi à intéresser les autres pays, qui, s'ils ont parfois passé des accords avec elle, n'ont jamais cherché à devenir sociétaires. Arte n'a donc pas réussi entièrement son ouverture à l'Europe, même si ses programmes conservent cette thématique. Si cela dénote un manque d'ouverture de la chaîne, ou un manque d'intérêt des autres pays pour cette dernière, elle n'en est pas moins civique. Ce manque d'ouverture est à nuancer par le fait qu'Arte offre deux hebdomadaires portés vers l'Europe, et qu'elle projette de s'ouvrir aux pays scandinaves, qui souhaiteraient créer *Arte Norden*.

Les **articles n°5 et 6** concernent la nécessaire ratification du traité par les Etats signataires, ainsi que la possibilité pour un Etat signataire de résilier le traité (avec cependant un délai d'un an avant que la résiliation soit véritablement effective). Le traité a en effet été ratifié par le Parlement français et par les *Länder* allemands. C'est ainsi que s'achève le bref premier accord à l'origine d'Arte, signé dans l'urgence de crainte de ne pouvoir mener à bien ce projet après la réunification. Une dernière allocution du gouvernement français clos ce traité par un procès-verbal qui déclare :

« Le Gouvernement français veillera, dans la mesure de ses possibilités, à mettre à disposition des moyens de diffusion complémentaires pour la chaîne aussi longtemps que nécessaire de façon que la capacité effective de réception par les foyers en France ne reste pas nettement inférieure à la capacité de réception de cette chaîne par les foyers allemands. »

En effet, si en pratique la situation sera bientôt inversée en faveur de la diffusion française, début 1992, la République Fédérale d'Allemagne a atteint 10 millions de foyers câblés quand la France n'en compte que 800 000⁸⁷. Ce premier accord est complété en avril de l'année suivante par la formation du Groupement Européen d'Intérêt Economique Arte, qui vient compléter le traité interétatique.

Le contrat de formation du Groupement Européen d'Intérêt Economique

⁸⁶ C'est-à-dire aux anciens *Länder* d'Allemagne de l'Est

⁸⁷ Serge Regourd, *La télévision des Européens, Vivre en Europe*, Institut International d'administration publique, *La documentation Française*

La création d'un Groupement Européen d'Intérêt Economique permet à Arte de créer un cadre législatif suffisamment souple pour correspondre aux attentes des deux pays et suffisamment clair pour pouvoir définir les bases de la nouvelle chaîne de télévision. La dénomination de la Chaîne Culturelle Européenne devient alors la suivante « *Association Relative à la Télévision Européenne Groupement Européen d'Intérêt Economique* », souvent raccourcie par son sigle « *ARTE GEIE* ». Plus long que le traité interétatique, ce contrat de formation (ou *Gründungsvertrag*) est composé de trente-trois articles regroupés sous dix grands titres⁸⁸. Nous allons ici tâcher de relever les points déterminants dans la formation de la chaîne, l'usage ou le mésusage qu'il en sera fait et les impacts que cela a sur la citoyenneté de la chaîne.

Au sein de ce contrat, les objectifs de la chaîne sont définis. Elle a pour objet de concevoir de réaliser et de diffuser des émissions. Elle est en effet à l'origine de très nombreuses créations et permet à de nombreux jeunes réalisateurs de se faire connaître, du côté allemand comme du côté français. Elle distribue également des émissions dont elle n'a pas été à l'origine, mais cela dans une moindre mesure, car elle apparaît clairement comme étant une chaîne à la recherche de l'originalité et qui pousse très loin sa recherche de nouveauté. Ainsi, en 2009, 75% des programmes de soirée d'Arte sont des inédits. Arte a également su se servir des médias d'audiovisuel à la demande comme nous le verrons en seconde partie et a développé en avant-première de nombreux services électroniques. Actuellement, ses sites Internet au nombre de huit : *ARTE.tv*, *ARTE+7*, *ARTE Créative*, *ARTE Live Web*, *ARTE VOD*, *ARTE Boutique*, *ARTE-Radio*, et *ARTE Pro*.

De plus, Arte a su se développer dans des domaines dans lesquels nous ne l'attendions pas, comme de nombreux festivals ou encore dans certaines expositions. Cette présence montre une nouvelle conception de la télévision et permet à Arte de se rapprocher de potentiels usagers, ce qui pourrait renforcer sa citoyenneté. Cependant, cette tentative n'est pas aussi complète qu'elle pourrait l'être dans la mesure où ces festivals ont majoritairement lieu en Europe, mais peu en Allemagne ou en France, de même que de nombreux ateliers d'aides en Afrique pourraient être complétés par un encadrement des jeunes artistes français ou allemands. Les programmes d'Arte comme ses services ont donc majoritairement une dimension internationale, qui prime parfois sur la dimension européenne, qui semble parfois passer au second plan. De plus, la notion de culture a posé un certain problème car les Français et les Allemands n'ont pas la même compréhension de ce terme. En effet, en France, les membres de La Sept avaient une vision plutôt classique de la culture, qui englobait les beaux-arts, le cinéma, le théâtre, la danse et littérature. En Allemagne, la vision de la *Kultur* regroupe une notion bien plus globale, à la croisée des chemins de la sociologie et de l'ethnologie et qui rassemble tout ce qui a trait au collectif et au sociétal. Les deux parties ont dû faire des concessions pour arriver à un compromis qui regroupe ces deux notions de culture.

Les membres du groupement sont chacun responsable de la production ou de l'achat de 40% des émissions et les 20% restants sont produits au niveau strasbourgeois. L'origine des émissions sont légèrement plus diversifiées, car si 30% des films sont produits en France et 30% en Allemagne, 18% proviennent d'autres pays européens, et 22% d'autres pays internationaux. Enfin, le groupement étant responsable de sa gestion à part entière, il a la possibilité de mener à bien les opérations qui sont nécessaires à son bon fonctionnement. Ces opérations peuvent aller de l'achat de certaines émissions à la commande des nouveaux bâtiments strasbourgeois du siège d'Arte GEIE. Le contrat est en conformité avec le traité interétatique comme cela est mentionné, pour conforter la volonté des

⁸⁸ Les articles importants du Contrat de Formation d'Arte sont disponibles en annexe (Annexe N°2)

gouvernements français et allemands. La volonté de la structure ne saurait aller plus loin que ce qu'ils avaient préalablement mis en place.

En tant que chaîne européenne, Arte doit répondre à certaines exigences, notamment linguistiques. Les langues « *de commerce et de travail* » sont définies comme devant être le français ou l'allemand. En pratique, si les Allemands apprennent généralement le français avant d'entrer à Arte, les Français renoncent généralement à apprendre la langue de Goethe et le fonctionnement pratique de la chaîne se fait majoritairement en anglais. La formation linguistique est bien proposée par la chaîne, mais les membres semblent rétifs à l'usage de cette langue, et les échanges se font très majoritairement en anglais. Cela ne va pas nécessairement à l'encontre de la citoyenneté de la chaîne, d'autant plus que cette chaîne avait à l'origine une vocation européenne bien plus vaste. Cependant, cela est moins compréhensible dans la mesure où depuis ses vingt ans de création, Arte reste essentiellement franco-allemande, et que la bonne connaissance de la langue de l'autre semble être nécessaire pour réussir à bien se comprendre, et pour pouvoir travailler efficacement ensemble. De fait, les émissions restent majoritairement conçues et pensées pour des Français d'un côté et conçues et pensées pour des Allemands d'un autre côté. Cet échec linguistique de la chaîne est donc à l'origine de certaines de ses difficultés.

De plus, Arte se doit de s'ouvrir à des nouveaux membres et de coopérer avec d'autres partenaires. Cependant, aucun nouveau membre n'a souhaité être admis. Pourtant, la chaîne Arte a de nombreux partenaires, avec lesquels elle entretient des liens plus ou moins étroits. Ces coopérations peuvent être internationales comme nationales : elle entretient par exemple des liens privilégiés avec la chaîne *TV5 monde*, qui reprend certaines cases de diffusion d'Arte, ou encore avec *France 24*. Si elle ne fait pas partie de la Société de l'Audiovisuel Extérieur de la France⁸⁹, elle entretient donc des liens privilégiés avec ceux qui la composent. La chaîne Arte mène différents types d'accords en fonction des chaînes de télévisions avec lesquelles elle travaille :

- Elle a des contrats d'association avec la Radio Télévision Belge Francophone, ainsi avec la *Telewizja Polska* – groupe de télévision publique polonaise⁹⁰ – et avec l'*Österreichischer Rundfunk* – la radiotélédiffusion publique autrichienne –.

- Elle a des accords de coopération avec la SRG (*Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft*) - SSR (Société Suisse de Radiodiffusion et télévision) Idée Suisse, avec l'*YLEisradio* – la radio-télévision publique nationale de Finlande – et l'*Ellinik í Radiofon í a Tile ó rasi* – le groupe audiovisuel public grec –.

- Enfin, elle a des accords de coproduction avec la *British Broadcasting Corporation Four* – groupe de radio-télévision britannique – et avec la *Sveriges Television* – entreprise publique de télévision suédoise.

Arte est par ailleurs diffusée en Afrique (dans une grande partie de l'Afrique subsaharienne et en Afrique centrale), au Canada (Arte étant actionnaire de l'ARTV, ou « *Télé des Arts* » québécoise à hauteur de 15%), au Brésil (grâce à un accord avec la chaîne SESC TV⁹¹), et en Israël⁹². L'ensemble de ces accords, en lien avec la mission d'Arte

⁸⁹ La Société de l'Audiovisuel Extérieur de la France est une société holding qui a pour objet de coordonner les télévisions et les radios publiques qui ont une diffusion à l'international.

⁹⁰ Bien que ces accords soient provisoirement suspendus.

⁹¹ Une chaîne de culture et d'éducation transmise au Brésil par des émetteurs publics, indépendants ou câblés, qui retransmet certains documentaires d'Arte France en portugais

reflètent l'ouverture de la chaîne et permettent aux Français de se confronter à d'autres types de culture.

Il est également possible qu'un membre soit admis ou exclu. Cette possibilité n'a jamais été utilisée et signifierait la fin du groupement, car il ne peut continuer que si deux membres (au minimum) le constitue. L'exclusion ne peut se faire qu'en cas de faute particulièrement grave, ou si un membre se trouve dans l'impossibilité de subvenir aux besoins de la chaîne si les redevances audiovisuelles ne devaient plus être reversées à l'un des deux membres, ou encore si un membre n'a pas payé ses cotisations ou s'il a été à l'encontre des règles établies dans le contrat de formation. Cependant, tout membre exclu ou démissionnaire reste responsable de tous les engagements auxquels le groupe s'est engagé lorsqu'il en était encore membre, jusqu'à ce que tous ces engagements aient été respectés.

En ce qui concerne l'élaboration des programmes, les émissions proposées par Arte se doivent d'être indépendantes, c'est-à-dire qu'elles ne doivent en aucun cas soutenir un mouvement politique, quel qu'il soit. Le but de la chaîne de télévision est donc d'informer sans prendre parti, et de donner la possibilité aux citoyens de comprendre une situation donnée pour qu'ils puissent se forger sa propre opinion. En cela, nous pouvons considérer que la chaîne Arte est citoyenne, car sa mission d'information reste neutre, les commentaires des journalistes sont généralement sans parti pris ou apparaissent clairement comme une opinion propre, qui ne saurait avoir une valeur de vérité générale. De plus, elle se doit de respecter les convictions propres à chacun, mais elle ne se contente pas de les respecter puisqu'elle a pour but de faire connaître ces différences aux usagers français et allemands. Arte est avant tout une chaîne d'information, qui permet aux usagers de découvrir d'autres conceptions du monde. En cela, elle répond pleinement aux attentes d'une chaîne citoyenne.

Cependant, si la chaîne présente de nobles intentions, les limites des recommandations de l'article n°19 semblent difficiles à définir, d'autant qu'Arte n'est surveillée par aucune instance qui pourrait veiller à la bonne compréhension de cet article. Ainsi, Arte a déjà présenté des émissions dont le caractère pornographique ne fait aucun doute, à des horaires ou de jeunes enfants se trouvent souvent devant leur écran⁹³. Par ailleurs, si la série *Xanadu*⁹⁴ respecte le jeune public du fait de ses horaires tardifs, il est moins sûr qu'elle respecte l'article n°7 du Conseil de l'Europe⁹⁵, car elle porte directement sur le monde pornographique, et cherche à y déceler une certaine marque d'esthétisme à l'encontre de ce que l'on pourrait attendre d'une émission en accord avec « *les bonnes mœurs* ». Pourtant, nous pourrions voir dans cette tentative un essai en adéquation avec la question de la citoyenneté, dans la mesure où cette émission n'est pas une simple fiction mais tend à informer l'utilisateur et à réorienter et ouvrir sa conception du monde à de nouvelles visions de ce type de travaux.

⁹² Grâce à un accord avec la chaîne publique *Israel Broadcasting Authority* qui transmet des documentaires d'Arte France en hébreu

⁹³ Il en va notamment ainsi de l'émission « *Dirty Diaries* », *du porno pour les femmes*, diffusée le premier Juillet 2010 à 9h46.

⁹⁴ *Xanadu* est une série émise par Arte du 30 Avril au 21 Mai 2011 tous les samedis à 23h. Elle raconte l'histoire d'Alex Validine, un producteur de films X, et de sa famille, à qui il confie la reprise de sa société. Couronnée « meilleure série française » (séries Mania 2011), elle est interdite au moins de seize ans.

⁹⁵ Cet article est également disponible sous l'Annexe n°2

Enfin, Arte ne diffuse aucune publicité, ce qui lui permet d'être également indépendante de tout type de pression liée à l'audience, ou de la part de certains groupes qui souhaiteraient passer des publicités en liaison avec un certain audimat. Elle a cependant obtenu le droit de faire appel à des partenaires⁹⁶ pour augmenter ses ressources. Mais ces partenariats ne sont pas de suffisamment grande ampleur pour exercer une véritable emprise sur la chaîne. Arte est donc libre de diffuser des émissions sans chercher à « faire de l'audience ». Cependant, cette liberté connaît ces limites, car les taux d'audience généralement bas d'Arte viennent affaiblir cette chaîne, qui, parce qu'elle n'est pas forcée de chercher à séduire son audimat, tend à s'éloigner de plus en plus des attentes des spectateurs et à oublier qu'en tant que chaîne publique, elle doit s'adresser à l'ensemble des Français.

Au niveau administratif, le contrôle des comptes est effectué par des contrôleurs de gestion et des commissaires aux comptes⁹⁷. Encore une fois, nous ne pouvons que souligner le risque de manque d'impartialité encouru par une telle procédure, dans la mesure où les institutions qui vont être contrôlées sont celles qui décident de leurs contrôles. Cependant, là encore, la chaîne renforce son indépendance vis-à-vis de l'Etat, dans la mesure où ce dernier ne peut demander à contrôler ses comptes. Est-ce pour autant un service à rendre à la communauté, dans la mesure où il s'agit de la gestion de nos impôts ? Nous sommes en droit de nous poser cette question même si, jusqu'à présent, aucune irrégularité grave n'a été révélée. De plus, nous pouvons remarquer que s'il y a un excédent⁹⁸ ou un déficit à la fin de l'exercice, cet excédent ou ce déficit sera réparti entre les membres du groupement, qui ont alors tout intérêt à faire en sorte qu'il reste un excédent à la fin de l'exercice. On peut donc se demander dans quelle mesure Arte-France ou Arte-Allemagne ne cherchera pas à diminuer ses dépenses afin de pouvoir augmenter son profit en fin d'année.

Comme nous pouvons le voir, ces deux traités qui constituent la base juridique sur laquelle s'appuie le fonctionnement de la chaîne Arte, ne sont pas toujours exemplaires en termes de citoyenneté. Mais qu'en est-il de son fonctionnement ?

Le fonctionnement d'Arte, d'Arte France et d'Arte Allemagne

En pratique, la chaîne s'éloigne parfois des recommandations des traités. Les fonctionnements des trois pôles d'Arte, le pôle central, le pôle allemand et le pôle français, y sont par ailleurs assez peu définis, et ces trois pôles ont chacun leurs spécificités qu'il convient d'étudier. C'est ce que nous tâcherons de faire dans notre seconde sous partie.

Arte : les institutions du groupement

Depuis le 13 octobre 2003, la chaîne d'Arte s'est dotée d'un nouveau siège, qui devait être la marque « *d'un triple symbole : symbole de la réussite d'une Chaîne, qui, en l'espace d'une décennie, a su s'affirmer dans le paysage audiovisuel européen, symbole d'une amitié fructueuse entre la France et l'Allemagne et enfin, symbole d'une ouverture enthousiaste*

⁹⁶ Les partenariats consistent en une aide financière pour la chaîne, en échange de la présentation d'une marque avant la diffusion d'une émission.

⁹⁷ Ils sont désignés par l'Assemblée Générale

⁹⁸ Chaque exercice correspond à une année civile.

et déterminée sur l'Europe »⁹⁹. Son siège se trouve désormais entre la vieille ville de Strasbourg et son nouveau quartier européen, entre histoire et Europe, comme se présente souvent la chaîne. L'architecte de ce projet est Hans Struhk¹⁰⁰ qui a réussi la prouesse de réunir 37 entreprises du bâtiment et 11 spécialistes et consultants franco-allemands dans son projet. Le terrain de 8400 m² proposé par la ville de Strasbourg a permis l'édifice de bâtiments imposants, qui devait mieux correspondre à l'image de la chaîne. Si Hans Struhk a cherché à créer un bâtiment autour du thème de la nature, respectueux du développement durable et orienté autour des quatre éléments, c'est surtout l'idée de transparence qui lui a permis, ainsi qu'à son associé strasbourgeois Paul Maechel, de remporter l'appel d'offres le 20 octobre 1999. En effet, les cloisons translucides, qui ne sont pas sans rappeler celles de la coupole du Parlement allemand, doivent être le symbole de l'objectif de transparence de la chaîne, objectif en adéquation avec notre conception d'une chaîne citoyenne. Mais cet objectif est-il atteint à l'intérieur des organes de la chaîne ? C'est ce que nous allons maintenant tâcher d'appréhender.

Un comité de gérance¹⁰¹, ou *Vorstand*, dirige ce GEIE. Il se réunit toutes les deux semaines et s'occupe des affaires courantes. La présidence en change tous les quatre ans, de même que la vice-présidence, des Présidents de chaque pays s'alternant et étant toujours secondés par un Vice-Président de l'autre pays. Ainsi, lorsque le Président est français, le Vice-Président est allemand, et quatre ans plus tard, le Président sera allemand et le Vice-Président français. Le comité est composé de quatre gérants : un Président, un Vice-Président, un Directeur des programmes et un Directeur de gestion. La composition de ce comité peut cependant évoluer sur décision de l'Assemblée Générale extraordinaire. Le comité de gérance est chargé de l'essentiel des affaires du groupement. Le Président est donc chargé de prendre les décisions importantes, mais il doit les prendre en concertation avec le Vice-Président. Ils peuvent prendre la décision, d'un commun accord, d'une répartition des tâches en fonction des compétences de chacun. En cas d'un désaccord « *de nature fondamentale* » avec le Président, le gérant a la possibilité de demander aux membres de l'Assemblée Générale ordinaire de régler cette mésentente. Le comité de gérance est aidé dans sa tâche par le comité de gérance élargi, ou le *erweiterter Vorstand*, qui s'occupe des affaires précises de la chaîne.

Si un tel comité est nécessaire au bon fonctionnement de la chaîne, on peut remarquer que les dirigeants n'ont pas toujours suivi les recommandations du contrat de formation, qui recommande d'alterner entre présidence française et allemande, puisque Jérôme Clément a pu être reconduit à la présidence et a ainsi dirigé la chaîne pendant près de huit années de suite. Le charisme du personnage, ainsi que la situation particulière de la chaîne à cette époque¹⁰², ont justifié cet usage aux yeux de la chaîne. Si cela devait se reproduire, les citoyens auraient cependant le devoir de rappeler à la chaîne son contrat. De plus,

⁹⁹ Communiqué de presse d'Arte GEIE d'Août 2003 pourtant sur le nouveau siège de la chaîne.

¹⁰⁰ Hans Struhk est architecte allemand spécialisé dans les chaînes de télévision

¹⁰¹ Le fonctionnement et les pouvoirs du Comité de Gérance sont définis de manière précise aux articles n°12 et 13 du Contrat de formation du 30 Avril 1991 de l'Association Relative à la Télévision Européenne Groupement Européen d'Intérêt Economique (G.E.I.E.)

¹⁰² La création de la société France Télévision, encore en projet, a posé la question pendant un moment de savoir si Arte devait faire partie de cette société ou non. Cela était cependant impossible car le traité interétatique s'y oppose, comme l'ont mis en avant les Allemands.

la possibilité de répartir les tâches entre le Président et le Vice-Président présente un certain danger. En effet, si une répartition est nécessaire pour le bon fonctionnement de la chaîne, la possibilité de faire varier cette répartition entre le Président et le Vice-Président en fonction de leurs desideratas laisse entrevoir la possibilité que les mêmes tâches reviennent toujours aux mêmes personnes. Ainsi, Jérôme Clément ayant été pendant près de 20 ans alternativement Président et Vice-Président a-t-il pu se voir confier des tâches similaires tout au long de ces années. Cela présente un double-danger : premièrement, nous pouvons craindre que la chaîne évolue peu, ce qui est problématique dans la mesure où le monde de l'audiovisuel est un monde en perpétuelle évolution ; deuxièmement, nous pouvons craindre un manque de concertation dans certains domaines et une certaine fermeture de la chaîne, chaque pays s'occupant des tâches qui l'intéressent le plus. Cela entraînerait alors un manque de citoyenneté dans le fonctionnement d'Arte au sein même de sa direction.

Les quatre membres qui constituent le comité de gérance sont élus par l'**assemblée générale**, ou la *Mitgliederversammlung*, qui se réunit quatre fois par an en moyenne. L'assemblée générale est composée de six Allemands et de six Français, et est chargée de prendre les décisions capitales de la chaîne, notamment en ce qui concerne le budget ou la stratégie globale d'Arte. Le Président et le Vice-Président de l'assemblée générale sont élus, de même que ceux du comité de gérance, pour une période de quatre ans. Le Président de l'Assemblée générale est allemand lorsque le Président du comité de gérance est français et vice-versa, de même, le Vice-Président de l'assemblée générale est français si le Président est allemand, et allemand lorsque le Président est français. Les membres du comité de gérance participent aux assemblées et ont une voix consultative. L'assemblée générale peut être ordinaire ou extraordinaire. L'assemblée générale extraordinaire doit être composée d'au moins les 2/3 des membres de l'assemblée générale, qui s'expriment à la majorité des trois quarts. Elle est compétente pour l'ensemble des matières précisées dans l'article 15-1 du Contrat de Formation.

103

L'assemblée générale ordinaire reçoit les rapports de l'activité du comité de gérance ainsi que le rapport des contrôleurs de gestion et des commissaires aux comptes. Elle doit être convoquée par son Président au moins une fois par année civile, mais elle doit également l'être si un quart au moins de ses membres le demande (la demande doit également comporter les questions que ces membres souhaitent voir affichées à l'ordre du jour). Elle est chargée du respect du règlement intérieur, et est compétente pour les matières

104

précisées à l'article 16-2 du Contrat de formation. Tous les membres de l'assemblée ont la possibilité d'adresser des propositions au Président, que ce dernier est contraint d'inclure dans l'ordre du jour de l'assemblée suivante. L'assemblée ne porte que sur les questions qui sont présentes à l'ordre du jour, sauf dans le cas d'une question urgente. Dans ce cas, la question doit être déclarée urgente par les deux tiers des membres présents.

La variation des Allemands et des Français à la direction, ainsi que la similitude de leurs nombres au sein de l'assemblée générale relève de la nécessaire parité inhérente à la nature franco-allemande de la société. Cette parité est d'autant plus nécessaire que le Président de l'assemblée permet de relativiser le poids du Président du comité de gérance, alors même que le fonctionnement de ce dernier n'est pas toujours exemplaire, comme nous l'avons mis en évidence. Cependant, la présence des membres du comité de gérance lors des assemblées est nécessaire, dans la mesure où cette présence permet d'augmenter la communication entre ces deux organes, et va donc dans le sens d'une certaine citoyenneté

¹⁰³ L'article n° 15.1 du Contrat de formation se trouve en annexe (Annexe N°2)

¹⁰⁴ L'article n°16-2 du contrat de formation est retranscrit sous l'annexe n°2

au sein du fonctionnement de la chaîne. Leur voix ayant une valeur purement consultative, cela permet de relativiser leur puissance, ce qui est d'autant plus important que c'est à l'assemblée générale extraordinaire que revient la tâche de nommer les membres du comité de gérance.

L'assemblée générale extraordinaire ayant plus de pouvoirs qu'une assemblée générale ordinaire, il paraît nécessaire de s'assurer qu'au moins la moitié des membres s'exprime en faveur d'une décision, au nom de la représentation des différentes idées. Cela est assuré au moyen d'une part de la présence minimale des 2/3, et d'autre part de l'imposition de l'agrément des 3/4 des présents pour faire passer une décision. L'assemblée générale extraordinaire a donc un fonctionnement qui correspond à l'idée que nous nous faisons d'un organe citoyen.

L'assemblée générale ordinaire est convoquée en moyenne quatre fois par an, alors même qu'elle ne doit l'être obligatoirement qu'une fois par an. Cela prouve que ses membres n'hésitent pas à se rencontrer plus souvent que ne le prévoit le contrat de formation, ce qui peut laisser entrevoir l'idée que les questions quotidiennes sont traitées en assemblée, et que cette assemblée consacre le temps nécessaire à chacune de ses décisions. De plus, la possibilité de convoquer l'assemblée générale si un quart des membres en font la demande souligne qu'il s'agit d'un véritable travail de collaboration et que le Président doit être à l'écoute des membres qui constituent cette assemblée, puisqu'il a l'obligation de présenter leurs propositions dans l'ordre du jour. Il s'agit donc bien d'un espace d'échange, conforme à l'idée de la citoyenneté telle que nous l'avons présentée dans notre introduction. Nous ne pouvons que regretter le peu de membres qui la constituent, et le fait que cette assemblée ait moins de pouvoirs que le comité de gérance, dont le fonctionnement est loin d'être celui d'un organe citoyen.

¹⁰⁵ Le **comité consultatif des programmes** ou le *Programmbeirat* conseille le comité de gérance et l'assemblée générale pour tout ce qui a trait aux programmes. Ce comité est une résurgence du système allemand. En effet, toutes les chaînes allemandes possèdent leur *Programmbeirat*, composé des grands corps de l'Etat et de la société civile (partis politiques, églises, syndicats, universités). Ce comité a un rôle purement consultatif, mais il est fortement respecté par les télévisions allemandes et était absolument nécessaire au regard des Allemands. Cela a cependant posé problème du côté français, car cette pratique étant inconnue en France, on se demandait comment nommer les membres de ce comité consultatif. Le choix s'est finalement porté vers des « *amis de la chaîne* »¹⁰⁶. Le comité consultatif des programmes d'Arte est constitué de seize représentants nommés paritairement par les membres français et les membres allemands. Ils sont nommés pour une période de trois ans.

Si un comité consultatif des programmes, en tant qu'organe représentatif des différents mouvements sociaux d'un pays, semble un endroit propice au débat et nécessaire à la prise en compte des citoyens, il apparaît que ces citoyens ne sont véritablement pris en compte que du côté allemand. En effet, parce que la société française ne souhaite pas prendre en compte de tels mouvements sociaux au nom de la laïcité ou de l'égalité, Arte-France a finalement choisi de définir les membres du comité en choisissant des « *amis de la*

¹⁰⁵ Le fonctionnement et les pouvoirs du Comité consultatif des programmes sont définis à l'article n° 18 du Contrat de formation du 30 Avril 1991 de l'Association Relative à la Télévision Européenne Groupement Européen d'Intérêt Economique (G.E.I.E.)

¹⁰⁶ Christian BROCHAND, *Histoire générale de la radio et de la télévision en France*, Tome III 1974-2000, Comité d'Histoire de la Radiodiffusion, *La documentation Française*

chaîne », autrement dit des personnes qui ont déjà préalablement marqué leur attachement à la chaîne telle qu'elle est actuellement. De ce fait, non seulement les personnes choisies ne représentent pas les téléspectateurs de la chaîne, mais nous pouvons également craindre qu'un tel comité n'apporte plus rien à Arte, dans la mesure où son assentiment est gagné avant même qu'un quelconque débat puisse avoir lieu. Arte-France a ainsi réussi à transformer une instance civique en une instance inefficace.

Enfin, la **conférence des programmes** ou *Programmkonferenz* a pour but d'établir les grandes directions de la programmation ainsi que de définir la grille des programmes. Cette conférence se réunit tous les mois et est composée du directeur des programmes, de l'adjoint au directeur des programmes, du responsable des programmes de la centrale, du représentant du pôle allemand et du représentant du pôle français. Les projets ne s'y imposent pas de la même manière en fonction du côté qui cherche à présenter son programme, car si les Allemands cherchent à convaincre en s'appuyant sur des idées ou des exemples particuliers, les Français fonctionnent plutôt en s'appuyant sur « l'inspiration du moment » et ont tendance à tenter de persuader les Allemands par tous les arguments

possibles, en s'appuyant surtout sur leurs sentiments¹⁰⁷. Cet organe a l'avantage de se réunir de manière régulière et de fonctionner sur un système collaboratif, respectueux des habitudes de travail allemandes comme françaises. Il pourrait montrer un exemple réussi de fonctionnement franco-allemand, s'il respectait tout particulièrement l'échange et le dialogue. Malheureusement, la conférence des programmes fonctionne avant tout sur un accord tacite : les Allemands acceptent un programme français si les Français en acceptent un allemand, et vice-versa. À cause de ce procédé, cette institution perd tout son sens, et empêche la naissance d'un véritable débat franco-allemand autour de la programmation de la chaîne. Allemands et Français défendent donc leur intérêt propre avant de s'intéresser à la programmation de la chaîne, et le débat autour des programmes d'Arte est pour ainsi dire inexistant.

Si les institutions que nous venons de présenter ne répondent pas toujours à notre conception de la citoyenneté, la manière dont le siège de Strasbourg agit l'est encore moins. En effet, le siège d'Arte n'est guère plus qu'un « *pied vermoulu* », comme en

rendait compte Inge Gräßle dans sa thèse de 1995¹⁰⁸. Depuis, la situation de la chaîne, malgré de nombreux travaux d'audit interne, n'a guère changée. Le siège est délaissé par son personnel, car les grands hommes de la chaîne ne daignent guère y faire le déplacement, et ne s'y rendent que lorsqu'ils y sont contraints, notamment pour assister aux assemblées générales, et guère plus d'une dizaine de fois par an. Patrick Démerin¹⁰⁹

soulève par exemple le manque de présence de Jérôme Clément à Strasbourg, dont l'absence se fait remarquer jusque dans les fêtes du personnel. Le siège strasbourgeois a pour majeure fonction d'être une « zone-tampon » entre Arte France et Arte Allemagne, qui ne cachent pas leur mépris vis-à-vis du siège. Le manque d'autorité de Strasbourg est essentiellement dû à son absence de pouvoir en ce qui concerne les autorités, du fait du sacro-Saint *Mengengerüst* qui l'oblige à répartir les programmes avec une telle égalité que sa marge de manœuvre est, pour ainsi dire, inexistante. C'est pourquoi Jacqueline Hénard

¹⁰⁷ Cf. *Karambolage* du 3 Octobre 2010

¹⁰⁸ Inge Gräßle, *Der europäische Kulturkanal Arte*, Francfort, Campus Verlag, 1995

¹⁰⁹ Patrick Démerin, *Arte, vache sacrée des Français, vache à lait des Allemands, vache folle européenne ?*, *Le Débat*, 2002/3

110

, lorsqu'elle évoque Arte, n'hésite pas à parler d'un « *canal de diffusion* » plus que d'une chaîne, dans la mesure où il n'y existe guère de politique commune. Le siège d'Arte ne dispose d'aucune latitude et se contente de répondre aux demandes d'Arte France et d'Arte Allemagne, parfois même au détriment de la chaîne. Ce manque de pouvoir naît également d'un manque de hiérarchie, car en dehors des institutions précédemment évoquées, la hiérarchie strasbourgeoise n'est pas toujours clairement définie, ce qui joue en sa défaveur. Ainsi, lorsque les anciens responsables des unités de programmes d'Arte France se sont vu attribuer le grade de directeur des unités de programmes, les responsables des unités de programme strasbourgeois sont devenus leurs subordonnés hiérarchiques. De ce manque de hiérarchie clairement définie des tensions sont apparues, à la défaveur du siège, ce qui va à l'encontre de la citoyenneté, dans la mesure où chacun fait à peu près ce qu'il veut, et que le manque de concertation est flagrant. De même, le siège manque d'une identité claire, celle-ci variant en fonction de la personne qui la présente, puisque les Français et les Allemands ont une conception différente de l'entité strasbourgeoise. Il paraît essentiel de rassembler les équipes strasbourgeoises derrière une hiérarchie plus forte, et une personnalité clairement définie de la chaîne. De plus, il serait nécessaire de renforcer les liens entre Arte France, Arte Allemagne et le siège strasbourgeois, afin que la chaîne ne se contente plus d'être un réseau de diffusion. Mais qu'en est-il du fonctionnement d'Arte France et d'Arte Allemagne ? Quelles sont leurs spécificités ? En quoi ces pôles répondent-ils ou non à ce que nous attendons d'une institution qui promeut le civisme ? Telles sont les questions que nous allons maintenant aborder.

Arte France

La structure actuelle d'Arte France est née de l'ancienne Sept, devenue La Sept-Arte le 27 Septembre 1993, avant de prendre le nom d'Arte France le premier Août 2000. Son capital est détenu par France-Télévision (45%), par l'Etat français (25%), par Radio-France (15%)¹¹⁰ et par l'Institut National de l'Audiovisuel (15%)¹¹¹. Son siège se situe en banlieue parisienne, à Issy-les-Moulineaux, où sa structure, importante, recueille 220 collaborateurs. Arte France possède par ailleurs deux filiales : *Arte France Cinéma* et *Arte France Développement*.

Lors de la création d'Arte, de nombreuses voix se sont élevées au sein de La Sept, car on craignait l'impossibilité de créer une véritable chaîne franco-allemande. En effet, les cultures télévisuelles allemandes et françaises sont très différentes : les programmes ne sont pas les mêmes, de même que le mode de fonctionnement. De plus, sous un même terme se dissimulent parfois des réalités différentes : il en va ainsi de la conception du documentaire, qui porte toujours sur un sujet précis (et généralement pointu) en France, tandis qu'en Allemagne, les documentaires sont généralement pensés d'une manière beaucoup plus générale, avec un fil conducteur global reliant des sujets facilement accessibles à tous. De ces différences auraient pu naître de nouvelles conceptions de la télévision, mais les Français ont rapidement souhaité s'éloigner des programmes allemands pour pouvoir conserver leurs conceptions « française » des programmes. Ainsi, le manque de *talk-show*, presque absents sur Arte, s'explique par le manque d'envie de partager des créneaux, ce qui constituerait, aux yeux des allemands comme aux yeux des français, une perte de leur temps propre. Pourtant, créer des émissions qui mettraient en scène un dialogue franco-allemand serait exactement ce que l'on pourrait attendre d'une chaîne citoyenne binationale. En effet, cela serait un moyen de permettre à plusieurs personnes de

¹¹⁰ Jacqueline Hénard, « Éloge de l'insuffisance », *Le Débat*, 2002/4 n°121, p. 184-187.

¹¹¹ Ces informations sont disponibles sur le site arte.tv

s'exprimer sur un même sujet : des spécialistes, mais aussi pourquoi pas des intervenants extérieurs, et Arte serait alors un endroit de « place publique », au sens où plusieurs opinions pourraient se faire entendre et s'exprimer à propos d'une même question. Cela poserait probablement des questions de traduction, mais les avancées techniques devraient permettre de remédier à ce problème, même si les émissions multilingues d'Arte manquent parfois de rigueur en ce qui concerne la traduction.

La langue, de manière générale, pose d'ailleurs problème au sein de la structure d'Arte. En effet, la langue allemande est inconnue de tous les représentants d'Arte France, et de la majorité de leurs collaborateurs. Ainsi, la plupart des grands responsables français, y compris Jérôme Clément, n'ont pas pris la peine de suivre de formation linguistique, bien que cela soit proposé – conformément au traité de formation d'Arte. Il y a un certain mépris des allemands du côté français, que l'on peut ressentir depuis la création de la chaîne.

Ainsi, Daniel Toscan du Plantier¹¹² s'exprime-t-il parfois un peu durement lorsqu'il évoque les Allemands avec qui il collabore : ces derniers agissent « *comme de graves pasteurs affolés par ces enfants trop latins* », ont une méthodologie qui « *n'est pas exempte de mauvaise foi* », mais semblent heureusement faciles à convaincre puisqu'ils « *acceptent finalement nos conclusions désordonnées, parfois mieux inspirées que leurs méthodes un*

peu systématiques »¹¹³. Ces quelques phrases résument bien l'idée que les Français se font des Allemands : des gens rigoureux, un peu simples et sans aucune fantaisie. Cette idée circule d'autant plus facilement du côté français que les Français non seulement ne parlent pas allemand mais ne cherchent aucunement ni à connaître ou comprendre la civilisation allemande, ni même à discuter et à collaborer avec eux. Ils cherchent plutôt à s'y opposer autant que possible et comptent sur Strasbourg (où ils se rendent le moins possible) pour

répartir les responsabilités. Si André Harris¹¹⁴ avaient souhaité mettre en garde les Français

en leur rappelant que les « *Allemands ne sont pas des Français qui parlent allemand* »¹¹⁵, ce dernier, le seul qui ait véritablement une idée de la civilisation allemande, n'est pas resté très longtemps dans l'équipe française d'Arte, et a vite préféré prendre son autonomie en s'éloignant autant que possible des rives du Rhin. Ce mode de fonctionnement, aux antipodes de la collaboration que l'on attendrait au sein d'une chaîne qui promeut le civisme, est à l'origine de la conception d'Arte France d'Arte GEIE. En effet, pour eux, Arte est une chaîne européenne avant tout, la notion de « franco-allemand » semblant trop compliquée à

définir à leurs yeux¹¹⁶. Du côté français, on cherche à privilégier Arte France avant tout, et cela se révèle notamment par les présentations des programmes qu'ils organisent à Paris : s'ils prennent la peine de bien présenter leurs programmes, ils laissent aux organismes

allemands (comme le *Goethe Institut*¹¹⁷) le soin de faire connaître les émissions d'Arte Allemagne, alors même qu'ils pourraient servir de relais parisien à ces émissions. C'est donc la politique du chacun pour soi qui domine largement au sein d'Arte, où les problèmes sont réglés d'une manière purement technocratique.

¹¹² Alors vice-président de l'Assemblée Générale d'Arte

¹¹³ Daniel Toscan du Plantier, *L'émotion culturelle*, Paris, Flammarion, 1995, pages 119-122.

¹¹⁴ Directeur Général des Programmes de La Sept, puis d'Arte, qu'il quitte en 1992

¹¹⁵ Jérôme Clément, *Le choix d'Arte*, Grasset, Paris, 2011

¹¹⁶ Nous verrons par la suite que cette conception est loin d'être partagée par les auditeurs d'Arte

¹¹⁷ Il s'agit d'instituts présents dans plusieurs villes françaises, qui sont chargés de promouvoir la culture allemande.

Les unités de programmes suivent elles aussi la même logique. Ainsi, bien que cela ait été demandé à de nombreuses reprises, il est encore aujourd'hui impossible de trouver un organigramme clair et précis du pôle français d'Arte. En effet, toutes les unités de programme travaillant de leurs côtés, il serait difficile de devoir faire un choix en donnant des titres précis aux employés d'Arte, ce qui les mettrait en position de concurrence. Il y a donc une prééminence des experts, qui règnent en maître dans ce système, chacun s'occupant de son domaine de prédilection et laissant le reste aux autres, sans se soucier d'une politique commune ou d'explications quant à leurs occupations. Chaque unité de programme tourne autour d'un directeur tout puissant, qui n'a pour seule inquiétude que de s'assurer que son unité sera maintenue par Strasbourg, pour le reste, il décide seul de ce qui constituera son programme. La philosophie d'Arte France se rapproche donc assez paradoxalement du fédéralisme : chaque unité de programme ne discute avec une autre que lorsque Strasbourg l'y oblige, le reste du temps, ces unités fonctionnent en autogestion, sans aucun avis extérieur ni collaboration. Bien que les structures qui en résultent soient concentrées, et plutôt innovantes grâce à la liberté que ce statut leur donne, nous sommes en droit de nous demander si une telle structure est digne d'une chaîne publique. En effet, loin d'agir de manière citoyenne, les unités de programme françaises agissent chacune dans leur intérêt, sans chercher ni à être orientées ou critiquées par un œil extérieur qui pourrait, dans une certaine mesure, rendre compte des préférences des citoyens, ni à prendre en compte la possibilité de créer une politique commune de programmation, ou à rechercher des échos d'un programme à l'autre. Ces « *fiefs inexpugnables* » que décrit Patrick Démerin semblent intouchables et continuent à fonctionner en autarcie, sans répondre à notre conception de la citoyenneté. Heureusement, un organigramme est annoncé pour septembre 2011 par la nouvelle directrice de la chaîne. Nous pouvons donc espérer que la structure attendue apparaisse, et que Véronique Cayla fasse avancer la structure d'Arte-

¹¹⁸
France .

La volonté de Thierry Garel de créer une vidéothèque de référence explique en partie l'inexistence de fil conducteur et de toute tentative de politique des programmes. En effet, bien que la chaîne essaye de faire le lien entre diverses programmations, ces dernières sont généralement très éloignées les unes des autres. Ainsi, de même qu'un Théma regroupe généralement diverses émissions autour d'un même thème, sans pour autant qu'une connexion ou un quelconque parallélisme de ces programmes soient mis en exergue par la chaîne, elle n'hésite pas à souligner une volonté de créer une uniformité de programmes, sans que cette unité soit évidente. Ainsi, cet été, sous la dénomination « *Summer of girls* », de nombreuses émissions sont regroupées et présentées comme un tout, alors même que leur seul point commun est la présence de femmes au sein du programme, ce qui est loin de suffire à constituer une politique de programmation reconnaissable et définissable, qui puisse « accrocher » le téléspectateur. Les émissions de ce « Summer » regroupent des fictions (de différents genres et de différentes époques), des documentaires, des soirées etc. et sont présentées d'une manière aussi décousue qu'elles sont proches. Ces procédés révèlent un certain mépris de l'audimat (en partie lié à l'absence de publicité) duquel est né un mépris du public en général. Or, comme nous le confie Jean-Pierre Cottet, « *il n'y a pas de service public sans public. Il faut que les programmes soient vus par le plus de monde possible* »¹¹⁹, car c'est à l'ensemble de la population française que doit s'adresser le service public. Si Jérôme Clément n'a pas tort lorsqu'il affirme que

¹¹⁸ Cette nouvelle est annoncée sur *Arte.tv* à la rubrique « *Tout sur Arte* »

¹¹⁹ Du côté du public, *Usages et réceptions de la télévision*, Brigitte Le Grignou, Coll. Etudes Politiques, Economica

« C'est une démission de l'esprit et de la pensée et un grand mépris pour nos concitoyens que de considérer que seules les émissions les plus bêtes, les plus faciles et, en tout cas, les plus répétitives sont capables d'intéresser le plus grand nombre. »

Il a tendance à oublier qu'il disait lui-même qu'il ne « *faut pas pousser le raisonnement à l'excès mais, au contraire, mêler les genres et les difficultés* »¹²⁰. Or, ce raisonnement a été poussé à l'excès, et d'une télévision qui devait permettre à tout le monde de pouvoir avoir accès à la culture (et qui devrait donc s'adresser, en priorité, à des personnes qui n'ont pas tendance à aller d'elles-mêmes vers des activités culturelles), Arte France a basculé vers une télévision qui ne recherche plus que la reconnaissance des milieux culturels. Ainsi donc, d'une télévision qui devait s'offrir à tous, et en priorité à ceux qui n'avaient pas accès à la culture, le pôle français a fait une télévision qui s'adresse avant tout à une minorité de français dont le niveau de culture n'est plus à démontrer. Le pôle français s'est ainsi transformé en une chaîne plutôt élitaire, qui s'oppose aux objectifs du traité et manque de civisme. Mais qu'en est-il du côté allemand ? Le pôle outre-Rhin répond-t-il mieux aux attentes du traité et des citoyens ?

Arte Allemagne

Le pôle allemand, situé à Baden-Baden, a surtout un rôle de coordination entre le siège de Strasbourg et les différents sociétaires qui composent Arte Allemagne. Ces sociétaires

sont les suivants : l'ARD¹²¹ et la ZDF. Le pôle de Baden-Baden est également chargé de promouvoir les programmes d'Arte en Allemagne, mais comme nous allons le voir, sa tâche est ardue, car il n'est pas véritablement un pôle.

Si les Français ont tendance à mépriser les Allemands, ces derniers ne sont pas en reste, et jugent généralement les Français bien trop intellectuels, snobs, ou même trop accrochés au milieu parisien. Mais si les Allemands sont aussi méfiants vis-à-vis des Français, c'est aussi et surtout parce que pour eux, Arte représente une véritable aubaine financière. En effet, le pôle de Baden-Baden reçoit le financement d'Arte Allemagne, et c'est à lui que revient la charge de le reverser en partie à Strasbourg, en partie pour son fonctionnement propre, et en partie pour financer les émissions. Or le financement des émissions ne se fait pas en fonction du coût qu'une émission nécessite pour sa création, mais en fonction d'un forfait pré-établi. Chaque émission est ainsi rémunérée une certaine somme, qui est pré-établie en fonction de la nature de l'émission et de sa durée, peu importe qu'elle soit ensuite une création de la chaîne, ou une rediffusion, la somme obtenue par la chaîne sera la même. Arte sert donc à financer les programmes de télévision allemands, car le pôle allemand se sert de ce système pour créer à moindres frais des programmes destinés à son public. Si les émissions allemandes ne sont que peu suivies en France, cela est moins dû à un rejet des Français de la culture allemande, qu'au fait que les émissions ciblent une audience précise au sein de la population allemande. Ces programmes sont peu adaptés

aux Français, qui ne comprennent pas toujours de quoi il s'agit¹²², ou qui ne se sentent pas

¹²⁰ Pour les deux dernières citations : Jérôme Clément, « *Télévision de service public : Quel contenu ?* », *Le Débat*, 1990/4 n°61, p 69

¹²¹ L'ARD est composée de la *Westdeutscher Rundfunk* à 22%, de la *Südwestrundfunk* à presque 17%, de la *Norddeutscher Rundfunk* à un peu plus de 16%, de la *Bayerischer Rundfunk* à 14,5%, de la *Mitteldeutscher Rundfunk* à 10,5%, de la *Rundfunk Berlin-Brandenburg* à 8%, de l'*Hessischer Rundfunk* à 7% et de la *Radio Bremen* et de la *Saarländischer Rundfunk* à 2,5%

¹²² Par manque de référence lorsque les émissions considèrent certaines connaissances populaires allemandes comme acquises

concernés par le thème de l'émission, ou encore, qui n'accrochent pas à l'humour allemand. Or, les programmes, après avoir été diffusés sur Arte, restent la propriété des chaînes allemandes, qui ont seules le droit de les rediffuser ou de les revendre. C'est pourquoi elles peuvent utiliser ce système pour financer la production de nouvelles émissions ou pour rediffuser d'anciennes émissions qu'elles avaient déjà produites. C'est pourquoi le Spiegel dénonçait déjà le 12 Novembre 1994 le fait que l'ARD et la ZDF

« utilisent Arte pour réutiliser de vieux programmes ou assurer le financement complet de productions propres, après quoi ces émissions passent presque gratuitement sur les chaînes traditionnelles que sont l'ARD et la ZDF ».

Les programmes d'Arte Allemagne sont généralement issus des chaînes publiques allemandes qui passent ainsi commande auprès d'Arte Allemagne. Quant aux programmes qui sont décidés par les correspondants d'Arte à Baden-Baden, ils doivent convenir « fondamentalement aux structures du Troisième programme ou de la Première chaîne », comme le recommande un document officiel de la NDR, toujours d'après le Spiegel du 12 Novembre 1994. Si ce document semble aujourd'hui avoir disparu, les recommandations sont probablement restées les mêmes, dans la mesure où de nombreux programmes restent encore aujourd'hui des rediffusions ou des programmes achetés à des chaînes de télévision de moindre ampleur. Cette tendance, bien que plus présente dans les productions de l'ARD et de la ZDF, reste sensible dans les deux chaînes publiques allemandes. Ce procédé est d'autant plus fréquent que la diffusion sur Arte permet à l'ARD et à la ZDF de reconnaître quels sont les programmes qui plaisent, quelles sont les améliorations à apporter à un programme, ou encore leur permettre de faire connaître ce programme « en avant-première » pour engendrer la publicité nécessaire au succès de sa seconde diffusion

sur une grande chaîne publique nationale ¹²³ .

À travers la diffusion des *thémas*, nous pouvons observer ce phénomène de manière emblématique. En effet, les *thémas* (ou soirées thématiques), parce qu'ils représentent une diffusion pendant une soirée entière, et parce que les différentes émissions diffusées n'ont pas toujours un lien très explicite, représentent une possibilité facile pour les chaînes publiques allemandes de faire du profit. D'une part, les émissions allemandes sont souvent des émissions achetées à d'autres chaînes, généralement à des prix dérisoires, et revendus à Arte au prix forfaitaire des *thémas*, plus élevé que les prix moyens des émissions d'Arte. D'autre part, cela permet encore une fois aux chaînes allemandes de recycler leurs anciennes productions. Là encore, ce phénomène est loin d'être récent, car Inge Gräßle le

relevait déjà dans sa thèse ¹²⁴ :

« Tandis que La Sept attribue la conception de ses soirées à des producteurs indépendants et investit en moyenne deux millions de francs par soirée – 80% de plus que les Allemands –, les chaînes et les offices allemands composent fréquemment leurs soirées avec leurs archives internes »

Ainsi, les chaînes allemandes laissent clairement entendre aux correspondants d'Arte que le profit doit être au minimum d'un tiers du forfait (bien qu'il ait pu parfois aller jusqu'à 80% du forfait). Par ailleurs, l'augmentation du forfait des *thémas* a été rapide et régulière, dépassant largement l'augmentation des prix du marché de l'audiovisuel, bien qu'il soit difficile de le calculer exactement, dans la mesure où ces chiffres sont aujourd'hui introuvables. Le profit

¹²³ Ainsi, lors d'une diffusion d'une série sur Hitler, les expériences du docteur Mengele à Auschwitz avaient causées un fort émoi en Allemagne, mais ces séquences avaient disparus lors de la deuxième diffusion.

¹²⁴ Inge Gräßle, *Der europäische Kulturkanal Arte*, Francfort, Campus Verlag, 1995

exigé au sein des grandes chaînes publiques est d'au moins un tiers du forfait : les émissions sont donc toujours surévaluées pour permettre aux chaînes allemandes de remporter le plus d'argent possible. Heureusement pour eux, ce travail s'avère d'autant plus facile que

¹²⁵ le prix des *thémas* augmentent régulièrement, bien plus vite que le prix du marché . Enfin, la part des *thémas* dans la diffusion d'Arte (deux *thémas* de soirée par semaine ainsi que cinq *Thématinées*), est bien plus élevée que ce qui avait été décidé au départ, puisqu'il s'agissait à l'origine d'en faire une soirée particulière, à part, alors qu'elle concerne maintenant la moitié des soirs de la semaine. On observe la banalisation de ce format, qui peine à intéresser les auditeurs, d'autant plus que les émissions sont présentées sans que la liaison entre ces émissions ait été véritablement exposée en public, et parfois avec un fil rouge si étonnant que l'on se demande si nous sommes encore sur la bonne chaîne. Si la tentative d'instaurer des débats au sein des *thémas* relevait d'une bonne idée, mais il manque encore une fois la mise en pratique, dans la mesure où les débats semblent avoir disparu de l'écran depuis 2008. De plus, ces rendez-vous n'en sont pas vraiment, car ils portent sur des sujets différents toutes les semaines, ce qui explique que peu d'auditeurs les suivent de manière régulière, la plupart se contentant de regarder les émissions qui

¹²⁶ portent sur un sujet qui les passionne . On peut se demander si ces programmes seront réduits dans la nouvelle grille attendue pour janvier 2012, qui promet plus de régularité des émissions et une plus grande facilité de lecture. Cela est loin d'être certain, car Arte reste une des émissions emblématiques de la chaîne. Enfin, nous pouvons relever non seulement le fait que les Allemands gagnent autant d'argent en se servant des fonds d'Arte n'est absolument pas souhaitable, et certainement pas citoyen, mais que cela le serait d'autant moins que ces profits s'opposent à ce qui aurait été avancé dans le contrat de formation

¹²⁷ d'Arte Allemagne . De plus, ce sont les Allemands qui rémunèrent directement le pôle d'Arte-Allemagne, car dès la création d'Arte, ces derniers se sont vus contraints de payer

¹²⁸ 10 Marks par an pour la création de cette nouvelle chaîne . Pourtant, ils n'ont pas eu de retour à l'écran, dans la mesure où les émissions d'Arte Allemagne ne sont quasiment jamais originales. De plus, lorsqu'elles le sont, elles sont ensuite rediffusées sur une grande chaîne publique allemande, où elles font bien plus d'audience que sur Arte, puisque l'audience ¹²⁹ moyenne allemande d'Arte plafonne généralement autour de 0,3% .

Le manque d'intérêt d'Arte Allemagne vis-à-vis de la qualité de la chaîne d'Arte s'explique en partie par la quasi-inexistence d'Arte Allemagne. En effet, le pôle allemand d'Arte a été créé à la suite de la demande de La Sept, qui souhaitait la création de son

¹²⁵ On retrouve cette idée dans plusieurs articles écrits par des anciens de la chaîne, et notamment dans « *Arte, vache sacrée des français, vache à lait des allemands, vache folle européenne ?* » de Patrick Démerin. Cependant, les chiffres exacts de la valeur des forfaits aujourd'hui sont impossibles à trouver : absent du site allemand comme français, ils ne sont en aucun cas donnés à « *la moindre étudiante qui veut faire un exposé* » (c'est ce que l'on m'a répondu lorsque j'ai tenté d'en savoir plus en appelant directement Arte).

¹²⁶ Les thématinées sont plus appréciées à ce sujet que les soirées thémas, car une catégorie est tout au moins annoncée : « *histoire* », « *culture* »...etc.

¹²⁷ Malheureusement, nous n'avons pas réussi à nous procurer un exemplaire du contrat de formation d'Arte Allemagne, mais c'est ce qu'affirme Patrick Démerin « *Arte, vache sacrée des Français, vache à lait des Allemands, vache folle européenne ?* », *Le Débat*, 2002/3 n°120, p. 4-31.

¹²⁸ En effet, si en France les télévisions publiques vivent à la fois de la redevance et d'un budget alloué par le Parlement, les chaînes publiques allemandes ne vivent que de la redevance, prélevée par la KOF.

¹²⁹ Comme le confirme les différents communiqués de presse de Médiamétrie pour son Médiamat annuel.

pendant en Allemagne, afin de pouvoir discuter avec un égal et non avec les grandes chaînes publiques allemandes. Cela devait permettre de renforcer la coopération franco-allemande et de créer un état d'esprit propre à Arte. Malheureusement, ce pôle, n'ayant jamais été souhaité par les Allemands, n'a été mis en place que pour conforter les Français, et c'est une structure vide qui s'est rapidement mise en place. Arte Allemagne ne produit

rien, et se contente d'être une « *gare de triage* »¹³⁰. Sa fonction d'interlocuteur est elle-même piratée, dans la mesure où les plus grandes discussions ont toujours lieu à Strasbourg, directement entre la chaîne Arte et les hauts représentants des chaînes publiques allemandes. Sa lourde structure ne semble être présente que pour ralentir le système : alors que la France ne connaît que trois niveaux administratifs avant la parution

d'une émission, le pôle allemand a mis en place cinq différents niveaux¹³¹. Il y a un fort éparpillement des responsabilités, qui ne favorise pas la cohésion, et explique en partie les différences de politiques éditoriales. Cette absence de politique de programmation s'explique également par le fait que le but premier des Allemands est de rentabiliser leurs émissions : cela permet de comprendre pourquoi s'ils sont plus ouverts et prennent la peine d'apprendre la langue de Molière, les Allemands ne souhaitent pas pour autant une véritable collaboration de fond avec les Français ; ils souhaitent avant tout respecter leurs lignes budgétaires. C'est pourquoi le seul magazine franco-allemand commun, *Métropolis*, ne fonctionne que parce qu'il est préparé une fois en Allemagne, et la fois suivante en France, permettant de séparer le financement allemand du financement français, et de ne pas mélanger les bénéfices de l'un et de l'autre.

Cette sous-partie révèle un certain manque de civisme au sein des différents pôles d'Arte. C'est pourquoi nous souhaiterions une révision de l'esprit général de la programmation : il faudrait qu'elle soit à la fois plus pédagogique et plus accessible. Mais avant tout, il faudrait qu'elle soit forte, clairement définie, et identique dans tous les pôles. De plus, elle manque de régularité, ainsi que de repères lisibles par le spectateur, qui pourrait alors plus facilement se familiariser avec cette chaîne et comprendre son fonctionnement qui reste bien trop obscur et difficile d'accès pour la majorité des Français. La nouvelle grille de programmation prévue pour Janvier 2012 devrait cependant déjà permettre une certaine mise en place de repères, comme cela est annoncé par la chaîne. Cependant, il manque un vrai travail d'audit d'Arte, ouvert à tous, qui permettrait de remettre ouvertement en cause son fonctionnement et d'en débattre sur la place publique, afin de permettre au citoyen de s'exprimer sur ce que devrait être Arte. Enfin, la chaîne manque d'un véritable pôle allemand, et le socle commun devrait être renforcé, afin de permettre une plus grande collaboration.

La particularité du fonctionnement d'Arte par comparaison avec les autres chaînes publiques

¹³⁰ Inge Gräßle, *Der europäische Kulturkanal Arte*, Francfort, Campus Verlag, 1995

¹³¹ En France, le premier niveau est celui du producteur/auteur/réalisateur, le second celui de l'unité de programme de Paris et le troisième celui de la rédaction Strasbourgeoise. En Allemagne, la première étape est la rédaction de l'offre commanditaire, puis on retrouve le niveau du producteur/auteur/réalisateur, avant d'avoir en troisième position le passage par un correspondant d'Arte du pôle allemand, puis en quatrième position l'unité de programme de Baden-Baden et enfin la rédaction strasbourgeoise.

L'ensemble des autres chaînes publiques françaises est regroupé au sein de la société France Télévisions depuis le premier août 2000¹³². Bien que France Télévisions possède 45% du capital d'Arte France, son fonctionnement est très éloigné de la chaîne franco-allemande, comme nous allons tenter de l'expliquer ici. Pour cela, nous comparerons dans une première partie les statuts de France Télévisions avec le Contrat de formation d'Arte, avant de comparer le contrat d'objectifs et de moyens de France Télévisions avec celui d'Arte. Enfin, nous examinerons en quoi la surveillance du CSA va profondément éloigner la manière d'appréhender ses programmes pour France Télévisions par rapport à Arte.

Les statuts de France Télévisions

Le Ministère de la Culture et de la Communication a défini par le décret n°2009-1263 du 19 octobre 2009¹³³ les statuts de la société nationale de programmes France Télévisions. Nous opposerons au Contrat de formation d'Arte ces statuts, qui paraissent dans le Journal Officiel du 21 Octobre 2009, et définissent cette société.

Nous pouvons observer une différence marquante dès le premier article : alors que le Contrat de Formation d'Arte s'inscrit dans le prolongement de résolutions adoptées par l'Assemblée Générale extraordinaire de son propre groupement, France Télévision s'inscrit dans la législation française. Cela marque sa soumission au législateur. France Télévisions semble donc mieux correspondre à notre conception d'une chaîne civique et ce dès sa

création¹³⁴. L'article 3 porte sur l'objet de la société, et présente des similitudes avec l'article 2 du Contrat de formation d'Arte. Si Arte doit concevoir des émissions « *ayant un caractère culturel et international au sens large* », cela complète la mission de France Télévisions qui doit concevoir des émissions « *à caractère national, régional, local ainsi que des émissions de radio ultramarine* ». La société comme le groupement peuvent effectuer les opérations nécessaires à leurs fonctionnements, notamment en ce qui concerne la production ou l'achat d'émissions. Par ailleurs, France Télévisions a la possibilité de mener ses « *actions de développement, seule ou en coopération avec toute entité française ou étrangère* ». La possibilité de conclure des accords internationaux n'est donc pas réservée à Arte. La majeure différence réside dans l'« *objet social* » de France Télévision, absent de la programmation d'Arte, ainsi que dans le fait que toutes les filiales de France-Télévision doivent elles aussi répondre « *aux missions de service public définies à l'article 43-11 de la loi n°86-1067 du 30 septembre 1986 modifiée* »¹³⁵. Les articles 4, 5 et 6 ne

présentent pas d'originalité par rapport à Arte¹³⁶, c'est pourquoi nous ne les étudierons pas. Les articles 7 à 17 portent sur le fonctionnement de France Télévision et revêtent de ce fait une importance toute particulière. L'article 7 porte sur le Conseil d'Administration,

¹³² En application de la loi n°2000-719 qui a permis de fixer le cadre juridique nécessaire à son fonctionnement. France Télévisions est actuellement le premier groupe audiovisuel de France, car près de la moitié des Français regarde une de ses chaînes quotidiennement.

¹³³ Ces statuts sont disponibles en annexe (annexe n°3).

¹³⁴ Ainsi, France Télévision est soumise à la loi n°86-1067 du 30 Septembre 1986 – très importante dans le secteur de l'audiovisuel- ainsi qu'à la loi n°83-675 du 26 Juillet 1983 qui concerne la démocratisation du secteur public.

¹³⁵ L'article 43-11 est disponible en annexe (annexe n°4)

¹³⁶ Ces articles concernent d'une part le siège social de France Télévision et d'autre part sa durée, ainsi que son capital social, dont la présence s'explique par le fait que les chaînes qui composent France Télévision précédaient sa création.

que nous pourrions comparer avec le Comité de Gérance d'Arte¹³⁷. Alors que le Comité de Gérance n'est composé que de quatre gérants, le Conseil d'Administration est composé de quinze membres, dont deux élus, cinq représentants de l'Etat et deux représentants du personnel. Nous pouvons estimer que les citoyens comme les membres de la société sont bien représentés. De plus, cette dernière est jugée par des personnes qui lui sont

indépendantes¹³⁸. Ces deux composantes font de la société France Télévisions une société plus apte à répondre aux attentes des citoyens, puisque ceux-ci sont représentés même à la tête de la société. Les mandats sont globalement de même durée, mais contrairement à Arte, où les membres du comité de Gérance ne décident pas de leurs rémunérations, la répartition des sommes allouées par l'Assemblée Générale est décidée par le Conseil d'Administration. Si cela peut nous faire craindre certain abus, nous pouvons cependant y voir une portée positive, car les membres du Conseil, quand ils sont bien rémunérés, sont

moins facilement « achatables » par d'autres sociétés¹³⁹. Par ailleurs, la présence d'une limite d'âge –qu'on ne retrouve pas dans le Contrat de formation– paraît bénéfique dans la mesure où cela permet d'éviter que les administrateurs restent trop longtemps les mêmes ou qu'une gérontocratie ne se mette en place, ce qui freinerait le progrès et ne permettrait

plus une représentation de la société française¹⁴⁰. De plus, la convocation du secrétaire du CCE et d'un représentant de la mission de contrôle général économique et financier permet au Conseil de profiter des recommandations dont il peut avoir besoin pour prendre ses décisions.

L'article 8 mentionne la possibilité pour les administrateurs de posséder un crédit d'heure, ce qui leur permet de posséder le temps nécessaire pour se consacrer véritablement au Conseil d'Administration. Si cette mention n'est pas présente dans le Contrat de Formation, il est cependant probable que cette possibilité existe en pratique. Enfin, l'article 9 précise les dispositions relatives à la perte de la qualité d'administrateur et à leurs remplacements. Les membres cessent d'être membres lorsqu'il perdent la qualité pour laquelle ils avaient été nommés, et peuvent être révoqués sous certaines conditions. Par ailleurs, « à la suite du décès, de la révocation ou de la démission d'un administrateur, un nouvel administrateur est nommé par l'autorité compétente pour une durée de cinq ans ». L'article 10 évoque les conditions de nomination et de retrait du président du Conseil d'Administration : le président du CA est nommé pour cinq ans par décret par le Président de la République, comme cela est inscrit dans l'art. 13 de notre Constitution, après un avis favorable du CSA. Il peut être retiré par la même procédure. Cette dimension relève du civisme dans la mesure où le Président de la République est élu par l'ensemble des Français. De plus, le CSA vient l'appuyer et le conseiller. L'article 11 précise que le conseil se réunit aussi souvent que nécessaire et que le tiers des membres du Conseil peuvent demander à se réunir si cela n'a pas été fait depuis plus de deux mois. La possibilité de demander la tenue du Conseil d'Administration lorsque les membres du conseil le souhaitent ne se trouve pas dans le Contrat de formation d'Arte, bien que cette possibilité existe en ce qui concerne l'Assemblée Générale. Pourtant, cette possibilité est encore une fois la preuve du civisme de France Télévisions, car cela permet de porter aux ordres du jour des questions

¹³⁷ Dont le fonctionnement est précisé aux articles 12 et 13 du Contrat de formation.

¹³⁸ Comme les représentants de l'Etat ou les personnalités nommées par le CSA

¹³⁹ C'est notamment au nom de ce principe que les Parlementaires français sont si bien rémunérés.

¹⁴⁰ Il est toutefois intéressant d'observer que les membres du Comité de Gérance d'Arte restent particulièrement jeunes par rapport aux autres chaînes.

souhaitées par les différents membres. Cela permet aussi une tenue régulière du Conseil d'Administration (ce qui n'est pas le cas du Comité de Gérance). Enfin, contrairement au Comité de Gérance où tous les membres doivent être présents, du fait du nombre élevé des représentants, le Conseil d'Administration possède un quorum selon lequel « *le conseil d'administration ne délibère valablement que si la moitié au moins de ses membres en fonction est présente* ». Les décisions y sont prises à la majorité. Enfin, « *chaque administrateur doit se déterminer indépendamment de tout intérêt autre que l'intérêt social de la société* », ce qui n'est pas précisé pour le Comité de Gérance.

L'article 12 mentionne les pouvoirs du Conseil d'administration. Ce dernier est responsable des grandes orientations de la société, ainsi que de son contrôle¹⁴¹. Il est consulté en cas de changement de la politique de programmation, ce qui permet d'obtenir des avis externes à la chaîne. Cela manque à Arte, dans la mesure où, comme nous l'avons vu précédemment, le comité consultatif des programmes ne remplit pas entièrement son rôle. La consultation du Conseil d'Administration pour la constitution du cahier des charges est positif, car cela lui permet de se tenir au courant et de s'exprimer. Il peut ainsi faire les mises en garde nécessaires. Il est cependant positif que cela reste une simple consultation car cela l'empêche de décider de ses prérogatives, et d'étendre ses droits plus que nécessaire. Le conseil d'administration doit rédiger un règlement intérieur pour la bonne marche de l'entreprise, mais cela n'est positif que dans la mesure où les grandes lignes de son fonctionnement ont déjà été décidées par des entités extérieures à la chaîne.

L'article n°13 porte sur la direction générale de la société. Comme à Arte, le président de la société a la responsabilité de la direction de la société et de sa représentation. Le président peut être assisté, mais ne peut imposer les personnes qui l'ont assisté au président suivant, ce qui pousse au changement. De plus, le fait que peuvent être révoquer ce qui les incite à être efficaces et à agir dans le bien de France Télévisions et non dans leur intérêt propre. Les actes du président engagent la société ce qui permet aux tiers de ne pas être lésés en cas de conflit. Le président peut toutefois être reconnu coupable

s'il outrepassé consciemment les devoirs de la société¹⁴². Enfin, l'approbation de leurs rémunérations est positive car elle permet d'éviter une trop haute rémunération qui ne correspondrait pas à la charge de leur travail. Or cette mesure est absente du Contrat de formation d'Arte. L'article 14 dispose que « *le contrôle des comptes de la société est exercé par deux commissaires aux comptes nommés et exerçant leur mission conformément à la loi* », ce qui assure une vérification du bon usage de l'argent public. Cela est profondément civique et entièrement absent du mode de fonctionnement d'Arte, comme nous l'avons déjà évoqué. Le fonctionnement du Conseil d'Administration assure plutôt une meilleure représentation des citoyens que le Comité de Gérance artésien. Mais qu'en est-il des Assemblées générales ?

Le fonctionnement des assemblées générales est régi par les articles 15, 16 et 17 du décret. L'article 15 révèle un fonctionnement relativement similaire entre les assemblées générales d'Arte et celle de France Télévisions. La seule différence importante est que l'Etat en est l'actionnaire unique, ce qui évite que des intérêts particuliers se mêlent à ceux de la chaîne. En tant qu'actionnaire unique, l'Etat a la possibilité de faire des propositions, qui doivent s'inscrire à l'ordre du jour, ce qui lui permet de participer dans une certaine mesure au fonctionnement de la chaîne. L'article n°16 porte sur le fonctionnement de l'assemblée

¹⁴¹ Notamment en ce qui concerne le budget des chaînes.

¹⁴² Le même genre de remarque existe chez Arte, puisque les membres sont juridiquement responsables de l'argent qu'ils

générale ordinaire, qui est identique à celui d'Arte¹⁴³. L'article n°17¹⁴⁴, sur l'assemblée générale extraordinaire, montre de légères différences : les statuts doivent être approuvés par décret, ce qui est obligé les parlementaires à confirmer les choix fait par la société France Télévisions, qui représentent les citoyens¹⁴⁵.

À bien des égards, nous pouvons observer que les termes dans lesquels la société France Télévisions est définie montrent plus de civisme qu'au sein de la chaîne Arte, car la société est surveillée directement par l'Etat et par les élus, représentants des citoyens. C'est cet œil extérieur qui fait cruellement défaut à Arte.

Les contrats d'objectifs et de moyens

Les contrats d'objectifs et de moyens sont réglementés par la loi n°86-1067 du 30 Septembre 1986 relative à la liberté de communication, article 53¹⁴⁶. Les contrats d'objectifs et de moyens (COM) sont des contrats entre les chaînes de télévisions publiques et l'Etat, qui permettent aux chaînes d'obtenir des aides de l'Etat en échange du respect d'un certain programme. Or ces contrats, bien que signés entre l'Etat et des chaînes publiques, ne sont pas disponibles à l'ensemble des citoyens. Cependant, nous avons pu obtenir un certain nombre d'informations, que nous chercherons à restituer ici.

Si l'Etat signe des COM avec France Télévisions, le statut assez particulier d'Arte GEIE ne lui permet pas de faire de même. Cependant, Arte-France n'est pas soumise à la même législation qu'Arte GEIE, c'est pourquoi elle peut signer des COM avec l'Etat. Le deuxième COM qui relie l'Etat et Arte France s'est étendu sur la période 2007-2011. Pendant cette période, Arte s'était engagée en faveur de la création audiovisuelle et cinématographique, française et européenne, tout en cherchant à élargir son public, en particulier en portant ses efforts sur les jeunes actifs. La chaîne s'était également engagée à augmenter sa diffusion de fiction française, en produisant notamment deux séries par an et en accentuant l'innovation de ses programmes. Enfin, elle avait exprimé la volonté de jouer un rôle pionnier en matière de nouvelles technologies. En échange de cela, l'Etat avait décidé d'augmenter sa dotation de 3,4% par an en moyenne. Cependant, au cours de ces années, Arte a dû faire face à une importante chute de son audience, car les chaînes publiques se sont multipliées avec l'ère du numérique. C'est pourquoi, le Conseil des Ministres du 20 Juillet 2011, à propos du COM d'Arte de 2012-2016, s'exprime en ces termes :

La multiplication des chaînes gratuites a également eu des conséquences sur ARTE France, confrontée depuis plusieurs années à une dégradation de ses

¹⁴³ L'assemblée générale ordinaire est celle qui est appelée à prendre toutes décisions ne modifiant pas les statuts. Elle est réunie au moins une fois par an, dans les six mois de la clôture de chaque exercice social, pour statuer sur les comptes de cet exercice.

¹⁴⁴ L'assemblée générale extraordinaire est seule habilitée, sous réserve des dispositions légales et réglementaires applicables à la société, à modifier les statuts. Les modifications des statuts sont approuvées par décret conformément à l'article 47 de la loi du 30 septembre 1986 précitée.

¹⁴⁵ Les articles 18 à 21, regroupés sous le titre V « Exercice social – Bilan et rapport du Conseil – Affectation des bénéfices – Commissaire aux comptes », terminent le portrait de la société. L'article 18 porte sur l'exercice social qui est le même pour tous. L'article 19 porte sur l'affectation des résultats, qui ne peuvent en aucun cas être récupérés par une personne de la société, mais uniquement être distribués à des réserves sur lesquels les prélèvements sont effectués. Les articles 20 et 21 portent sur l'entrée en vigueur des statuts et les frais qui leur sont liés, et ne nous concernent donc pas directement.

¹⁴⁶ Modifié par la loi n°2010-1657 du 29 Décembre 2010, articles 165 et 167. Cet article est disponible en annexe (Annexe n°5)

audiences. Le nouveau contrat 2012-2016 propose une stratégie pour inverser ce mouvement, sans sacrifier ce qui fait sa singularité. Ainsi, ARTE reste la chaîne du documentaire de création et d'investigation. Elle continue à faire le pari de la créativité française et européenne en première partie de soirée, en proposant des fictions unitaires et des séries originales, et en poursuivant sa politique de soutien au cinéma d'auteur. La chaîne compte développer la captation de spectacles vivants, et faciliter encore davantage l'accès d'un large public à la musique classique, à l'opéra, à la danse, au théâtre ou encore aux arts plastiques. Le COM prévoit une profonde refonte de la grille à l'antenne dès janvier 2012, pour qu'elle soit plus lisible et plus attractive, condition essentielle pour pouvoir s'adresser à un public élargi, avec de nouveaux rendez-vous notamment en journée et le week-end. L'autre objectif stratégique du nouveau contrat est d'intensifier l'investissement d'ARTE en faveur des productions propres à Internet avec des web-documentaires, des web-fictions et des mini-séries. Le budget d'ARTE France a lui aussi été conforté, avec un effort particulier de l'Etat pour accompagner la relance de la grille en 2012.

Les passages importants, que nous avons mis en évidence en gras, montrent la volonté de conserver les caractéristiques de la chaîne, tout en essayant de rendre les programmes plus abordables, en particulier grâce à une nouvelle grille de programme. À nouveau, le budget d'Arte est en hausse. Actuellement, Arte est la chaîne dont le rapport auditeur/investissement est le plus élevé. Nous pouvons nous demander si cela est nécessaire, car il semble que les résultats ne soient pas réellement au rendez-vous, puisque de moins en moins d'auditeurs se sentent attirés par cette chaîne, qui a de plus en plus de mal à fidéliser son public.

En ce qui concerne France Télévisions, son COM pour les années 2009/2012 semble particulièrement adapté à notre problématique puisque les maîtres mots de ce contrat sont « *la créativité, la diversité et la citoyenneté* ». Son premier objectif est de promouvoir les valeurs du service public, ce qui passe « *par la diffusion de programmes culturels, l'information et le débat citoyen, la diffusion de programmes sportifs, le reflet de la diversité française, l'identité culturelle et la promotion de l'apprentissage des langues étrangères* »¹⁴⁷

. Ainsi, ces engagements entrent particulièrement dans le cadre de notre problématique autour de la citoyenneté. On retrouve le sommaire de ce COM dans le rapport d'information fait au nom de la Commission de la Culture, de l'Education et de la Communication sur le projet d'avenant au COM 2009-2012 établi le 15 Décembre 2009. Ce sommaire permet

¹⁴⁸ d'avoir un rapide aperçu des engagements de France Télévisions . Nous avons mis en gras les titres les plus importants en ce qui concerne notre sujet dans la version qui se trouve en annexe : il en ressort aisément que France Télévisions cherche particulièrement à travailler autour de la notion de citoyenneté. L'Etat lui demande d'y travailler encore, ce qui montre l'attachement croissant des auditeurs à cette notion, car ils sont de plus en plus nombreux à vouloir participer au débat, et à être à la recherche d'une place publique où s'exprimer. De plus, cela va de pair avec la volonté du gouvernement actuel de renforcer l'idée d'une *démocratie participative*.

¹⁴⁷ Rapport d'information fait au nom de la Commission de la Culture, de l'Education et de la Communication sur le projet d'avenant au contrat d'objectifs et de moyens 2009-2012 entre l'Etat et France Télévision, par M. Michel Thiollière, enregistré à la Présidence du Sénat le 15 Décembre 2009 (N°161), p7.

¹⁴⁸ Ce sommaire est disponible en annexe (annexe n°6)

Nous pouvons constater que les COM constituent un certain avantage dans la mesure où ils poussent les chaînes à se renouveler sans cesse, et à mieux répondre à leurs impératifs de chaînes publiques, souvent en lien avec la question de la citoyenneté. Cependant, l'impossibilité de trouver ces COM, ainsi que l'absence de description précise en ce qui concerne la chaîne d'Arte est une perte pour elle. Il s'agirait en effet de mettre en évidence les avantages de la chaîne, qui s'attache à mieux répondre aux demandes de l'Etat, qui représente les intérêts des citoyens.

Cahier des charges et bilan de France Télévisions

Le fonctionnement de France Télévisions s'appuie essentiellement sur un pacte avec l'Etat, qui réside dans la constitution du contrat d'objectif et de moyens que nous venons d'aborder. Par ailleurs, le CSA établit un cahier des charges qui dresse les obligations de France Télévisions sous forme d'articles (70 au total). Une fois par an, elle dresse un bilan de la société, dans lequel elle compare ses obligations à ses actes. Dans le même temps, France Télévisions établit son rapport d'exécution. Le bilan de France Télévisions et le rapport d'exécution se répondent et sont complémentaires. Ce système n'existe pas pour la chaîne Arte, puisqu'elle n'est pas surveillée par le CSA, qui n'établit donc aucun cahier des charges en ce qui la concerne¹⁴⁹. C'est ce fonctionnement que nous étudierons ici, en montrant en quoi il se détache du fonctionnement artésien et en quoi il permet mieux ou non à la promotion du civisme.

Le bilan de France Télévisions : le rapport d'exécution du cahier des charges¹⁵⁰

Le rapport d'exécution du cahier des charges de la société nationale de programme France Télévisions reprend point par point les différents devoirs de France Télévision et la manière dont ils ont été appliqués au cours de l'année. Le rapport est long (319 pages), c'est pourquoi nous nous attacherons surtout à décrire son fonctionnement et ce qu'il révèle de la citoyenneté de cette société. Le sommaire¹⁵¹ est assez révélateur du fonctionnement de ce cahier des charges : les trois chapitres qui composent ce rapport cherchent à mettre en évidence les qualités de France Télévisions, et sont eux-mêmes découpés en articles. Ainsi, le chapitre premier porte sur « *La nouvelle télévision publique* ». Nous retrouvons une sous-partie portant sur « *Des services aux identités renouvelées* », dans laquelle l'article 1^{er} du fonctionnement de la Société France Télévisions nous est rappelé, suivi par l'énumération des actions menées par la société en 2009 pour répondre aux exigences de cet article. Les informations les plus importantes sont mises en évidence, et certains tableaux viennent appuyer les idées défendues par ce rapport. Le rapport est facile à lire et à comprendre, et a l'immense avantage d'être public¹⁵². La reprise de tous les articles auxquels France

¹⁴⁹ Ce fonctionnement est également propre aux chaînes publiques, car les chaînes privées fonctionnent à l'aide de convention avec le CSA, dans la mesure où elles ne reçoivent pas les mêmes aides de l'Etat.

¹⁵⁰ Le rapport d'exécution du cahier des charges de l'exercice 2010 n'étant pas disponible lorsque nous avons commencé notre mémoire, nous nous appuyerons sur le rapport d'exécution du cahier des charges de l'exercice 2009.

¹⁵¹ Voir le Sommaire en Annexe

¹⁵² C'est-à-dire qu'il est à la fois accessible physiquement à tous et est aisé à comprendre

Télévisions doit répondre et la manière dont elle y a répondu empêche la chaîne de faire des réponses trop évasives ou de ne mettre en évidence que ses points les plus forts : elle est obligée de montrer qu'elle a su répondre à toutes ses obligations¹⁵³. En cela, la société mène une politique véritablement civique.

Par ailleurs, son deuxième chapitre « *Une télévision de service public responsable et ouverte sur la société* » s'ouvre sur une sous-partie nommée « *Une télévision citoyenne* », c'est pourquoi nous souhaitons nous attarder sur ce passage. Le rapport commence par

reprandre l'article n°35¹⁵⁴, qui porte sur « *L'honnêteté et le pluralisme de l'information* ». France Télévisions s'y engage à être honnête et transparente, et à prendre en compte différents point de vue. Elle assure porter à la connaissance du public les différents procédés auxquels elle peut avoir recours, et à présenter la réalité telle qu'elle est, n'hésitant pas à montrer les informations incertaines comme telles. Enfin, elle s'engage à respecter les principe du droit français, comme par exemple la présomption d'innocence. Dans une première partie, elle met ensuite en évidence la manière dont elle a appliqué les principes du pluralisme, en rappelant les demandes du CSA, puis dans une deuxième sa « *déontologie de l'information* ». Ces applications sont appuyées par huit tableaux. Le rapport reprend ensuite l'article n°36, qui porte sur « *La dignité de la personne humaine et la protection des*

mineurs »¹⁵⁵. France Télévisions s'y engage à lutter contre les discriminations, quelles que soient leurs genres et à ne pas diffuser des émissions qui puissent nuire aux jeunes publics. Dans une première partie, elle montre quelles sont les mesures qu'elle a prises pour respecter le public et protéger les mineurs, avant de mettre en évidence dans une deuxième partie les campagnes d'information et de sensibilisation qu'elle a menées. Dans un article n

°37¹⁵⁶, portant sur « *La lutte contre les discriminations et la représentation de la diversité à l'antenne* », France Télévisions s'engage à prendre en compte la diversité et à promouvoir le civisme, tout en prenant en compte la diversité de la société française. À nouveau, elle reprend dans plusieurs sous parties l'application de cet article. Viennent ensuite l'article n

°38, sur « *L'accès des programmes aux personnes handicapées* »¹⁵⁷, afin de permettre l'accès des émissions au plus grand nombre, l'article n°39, qui veille à la qualité de « *La*

langue française »¹⁵⁸, l'article n°40 qui protège « *L'expression des langues régionales* »¹⁵⁹

, l'article n°41, qui défend « *Le droit de grève et la continuité du service public* »¹⁶⁰. Mais aussi l'article n°42, qui porte sur « *Les prescriptions relatives à la défense nationale* »

¹⁵³ A l'inverse d'Arte, dont le rapport annuel mis en ligne ne dépasse jamais la vingtaine de pages et a pour fonction première de faire l'éloge de la chaîne

¹⁵⁴ Cf. Les articles du cahier des charges de France-Télévision mis en annexe (annexe n°7)

¹⁵⁵ Cf. Les articles du cahier des charges de France-Télévision mis en annexe

¹⁵⁶ Cf. Les articles du cahier des charges de France-Télévision mis en annexe

¹⁵⁷ Cf. Les articles du cahier des charges de France-Télévision mis en annexe

¹⁵⁸ Cf. Les articles du cahier des charges de France-Télévision mis en annexe

¹⁵⁹ Cf. Les articles du cahier des charges de France-Télévision mis en annexe

¹⁶⁰ Cf. Les articles du cahier des charges de France-Télévision mis en annexe

¹⁶¹, l'article n°43, qui souligne « *L'interdiction de financement par certaines organisations* »
¹⁶² et enfin l'article n°44, qui prêche « *La grande cause nationale* » ¹⁶³.

Tous ces articles relèvent de la citoyenneté selon France Télévisions. Nous y retrouvons certains éléments évoqués dans notre définition de la citoyenneté, comme l'importance de l'information et du pluralisme ou la protection des personnes les plus faibles. Cependant, d'autres dispositions, comme le respect de la langue française, ne sont pas celles que nous avons retenues lorsque nous nous sommes posés la question de ce que devait être une chaîne citoyenne ¹⁶⁴. Cependant, nous retrouvons ces éléments de civisme dans d'autres parties, notamment dans les engagements sur les programmes, ou encore dans la partie portant sur « *Une télévision de service public au cœur de la cité* ». En effet, si la définition de citoyenneté a été aussi difficile à définir dans notre introduction, c'est parce que ce terme recouvre différentes réalités, et différents éléments d'une chaîne de télévision. Dans la mesure où France Télévisions n'est pas le sujet de ce mémoire, nous n'entrerons pas dans les détails des raisons pour lesquelles France Télévisions nous semble répondre à la définition que nous avons donnée d'une chaîne civique. Cependant, nous pouvons aisément nous rendre compte que le nombre important d'articles qui encadrent le fonctionnement de cette Société, le sujet de ces articles, ainsi que la rigueur avec laquelle ces articles sont suivis, font de France Télévisions une société bien plus à l'écoute des citoyens qu'Arte. Car Arte, parce qu'elle n'est pas jugée par une instance représentative des citoyens, a parfois tendance à oublier ceux à qui elle doit s'adresser. La réponse du CSA à ce rapport ne manque également pas de rigueur, comme nous allons maintenant nous en rendre compte.

¹⁶⁵ La réponse du CSA : le bilan de société

Le bilan de société établi par le CSA reprend les différentes recommandations de son cahier des charges en grands chapitres ¹⁶⁶. Il s'ouvre sur un rapide panorama de l'année 2009, et relève trois grandes caractéristiques de la programmation : une baisse de la fiction en journée, au profit d'une augmentation des divertissements et de la fiction cinématographique. Si l'on peut regretter la baisse de la fiction, surtout au profit de l'augmentation des divertissements, nous devons cependant observer que cela correspond à la demande croissante des citoyens. Cependant, France Télévisions semble avoir répondu aux attentes du CSA « *en proposant une programmation riche et variée* » et en mettant en place « *une complémentarité grandissante entre les chaînes* ». Les obligations sont donc « *largement respectées* ». Nous pouvons relever en particulier des programmes facilement repérables pour l'utilisateur grâce à la mise en place de rendez-vous réguliers, ainsi qu'une meilleure accessibilité des programmes, et le développement des sites Internet. Cependant, le CSA s'est vu contraint d'agir à plusieurs reprises :

¹⁶¹ Cf. Les articles du cahier des charges de France-Télévision mis en annexe

¹⁶² Cf. Les articles du cahier des charges de France-Télévision mis en annexe

¹⁶³ Cf. Les articles du cahier des charges de France-Télévision mis en annexe

¹⁶⁴ Cf. La dernière partie de notre introduction

¹⁶⁵ **Une fois encore, nous étudierons le bilan de société établi par le CSA en Décembre 2010 qui concerne l'exercice de l'année 2009, car nous n'avons pu attendre le bilan de l'année 2010.**

¹⁶⁶ Cf. Le sommaire en annexe n°8

L'année 2009 a été marquée par les nombreuses interventions du Conseil auprès de France Télévisions à la suite de manquements à la déontologie de l'information relevés sur France 2 et France 3. Une procédure de sanction a été engagée contre France 2 le 3 Février 2010 après la diffusion, le 1er Octobre 2009, d'un reportage consacré à la récidive des délinquants sexuels, dans lequel la chaîne a annoncé, à tort, la mort d'un enfant enlevé quelque temps plus tôt. En assemblée plénière du 7 Décembre 2010, le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel a prononcé une sanction pécuniaire d'un montant de 100000E à l'encontre de France Télévisions, éditrice du service de télévision France 2. Cette somme sera affectée au Centre National du Cinéma et de l'image animée. Le Conseil a également adressé, le 12 Janvier 2009, une mise en demeure à France 2, le chaîne ayant utilisé des images du site Dailymotion datant du 23 Septembre 2005 pour illustrer, au journal de 13 heures, la situation dans la bande de Gaza à la suite de la frappe israélienne du 1er Janvier 2009. (...)

Ce passage montre que le Conseil n'hésite pas à pénaliser une chaîne lorsqu'elle viole ses droits, et que les sanctions sont réellement appliquées¹⁶⁷. Le seul regret que nous puissions faire est que l'erreur de la chaîne du 1^{er} octobre 2009 n'ait pas occasionné de dédommagements pour la famille, qui reste la première victime de cette triste méprise.

À l'intérieur de ces chapitres, le CSA commence lui aussi par rappeler les articles auxquels France Télévisions doit se rapporter, avant de juger dans quelle mesure la société a répondu ou non à ses obligations. Le CSA reprend certaines de ces informations sous forme de tableau, afin d'avoir une rapide vision quantitative du travail effectué. Les quotas de diffusion, la déontologie de l'information comme la déontologie des programmes, la protection de l'enfance ainsi que les « obligations spécifiques » de France Télévisions sont étudiées de façon très minutieuse. Les obligations spécifiques de France Télévision sont dues pour la plupart à la notion de *service public*, qui est presque absente de la déontologie de la chaîne Arte, bien que cette dernière soit une chaîne publique. Il est intéressant d'observer que la société France Télévisions doit elle aussi diffuser un certain nombre de

programmes culturels (articles 4, 5 et 6¹⁶⁸), mais que ces programmes connaissent plus de succès que ceux de la chaîne Arte, dont le rôle initial était pourtant de faire accéder la culture au plus grand nombre. Cela doit expliquer en partie pourquoi cette société a diffusé cinq fois plus de spectacles que ce que lui demandait le CSA, et a établi de nombreuses émissions culturelles quotidiennes comme hebdomadaires. Par ailleurs, cette société a également mis en place de nombreuses émissions d'information et de débat, comme le lui impose l'article

14¹⁶⁹. Loin de s'arrêter aux recommandations pourtant déjà strictes du CSA, la société n'a pas hésité à mettre l'accent sur certaines émissions particulièrement citoyennes, comme des émissions culturelles, des débats, ou encore des émissions destinées à éduquer aux médias. Certains magazines de société, comme *C dans l'air*, connaissent également de grands succès. Or, comme nous le verrons par la suite, de nombreuses personnes font encore la confusion entre France 5 et Arte, ce qui prouve – en dehors de la confusion liée à un même canal pendant plusieurs années, d'une part, que la qualité des émissions

¹⁶⁷ Ce qui n'est pas le cas au sein de la chaîne Arte, qui, bien que n'ayant pas toujours suivi les recommandations du traité, ne s'est jamais vu infliger la moindre sanction.

¹⁶⁸ Cf. Les articles du cahier des charges de France-Télévision mis en annexe (annexe n°3)

¹⁶⁹ Cf. Les articles du cahier des charges de France-Télévision mis en annexe (annexe n°3)

semble relativement similaire aux yeux du public, et d'autre part, que les émissions de France 5 rencontrent plus de succès que celles Arte¹⁷⁰. Pourtant, « aucune convention générale ne régit actuellement les relations de France Télévisions ou des antennes de France Télévisions à Arte »¹⁷¹. À l'inverse des allemands, le pôle français d'Arte ne semble pas intéresser particulièrement les autres chaînes publiques.

Le bilan du CSA, clair et précis, met en évidence l'importance du rôle d'une telle institution : la surveillance externe d'une chaîne de télévision garantit l'impartialité de jugement, et la mise en place de règles strictes et précises permet de faire en sorte que les chaînes publiques tendent toujours plus vers un idéal citoyen. Arte, à l'inverse, ne profite d'aucun avis extérieur – ou tout au moins d'aucun avis extérieur potentiellement négatif – et manque par conséquent de conseils avisés, de même que d'une certaine objectivité, nécessaire à toute chaîne publique. C'est pourquoi nous ne pouvons que regretter le manque de surveillance d'Arte, qui éloigne la chaîne de l'image citoyenne qu'elle souhaiterait se donner. Pour autant, est-il nécessaire qu'une chaîne soit surveillée par une instance étatique pour promouvoir le civisme ? Cette question n'est pas aussi évidente qu'il n'y paraît, c'est pourquoi nous tâcherons de voir en deuxième partie quelles sont les politiques menées par Arte pour promouvoir le civisme, ainsi que la manière dont les citoyens la perçoivent.

¹⁷⁰ Alors que certaines émissions de France 5 sont du même type que celles d'Arte.

¹⁷¹ Les bilans du CSA année 2009 – France Télévisions, p. 106

Du droit à la pratique

Maintenant que nous avons pu analyser en quoi le fonctionnement de la structure d'Arte n'est pas toujours aussi civique que nous ne pourrions le penser, nous allons étudier les différentes politiques menées par Arte en termes de citoyenneté, avant de nous pencher sur la différence existante entre l'idéal recherché par Arte et le ressenti des auditeurs, pour pouvoir ensuite faire quelques propositions pour une plus grande promotion du civisme.

Les politiques menées par Arte en termes de civisme

Si le fonctionnement de la structure artésienne n'est pas toujours ce qu'il devrait, la chaîne n'en est pas moins à la recherche d'un certain civisme. En effet, que ce soit dans le choix de ses programmes ou dans son utilisation des avancées technologiques, Arte cherche à renvoyer une certaine image. C'est cette image que nous chercherons à analyser ici, ainsi que ses limites.

Le choix de programmes Artésien

Le choix des programmes d'Arte relève d'une certaine conception de la chaîne, ainsi que de la recherche d'un certain public. De même, la manière dont la chaîne cherche à se présenter ne manque pas d'un certain intérêt. D'une part, cela est révélateur du public que la chaîne cherche à cerner, et d'autre part de la manière dont elle se perçoit et se définit. C'est en analysant le public touché et l'image renvoyée que nous chercherons à définir en quoi la chaîne s'impose elle-même certaines limites qui vont à l'encontre de la citoyenneté, et, au contraire, en quoi elle est parfois plus civique que ce à quoi nous nous attendions.

Quels types de programmes pour quels objectifs ?

Nous allons tenter de définir certains des objectifs d'Arte en analysant quels sont les différents types de programmes qu'elle propose à ses auditeurs, et comment elle les définit. En effet, la nature des programmes en dit souvent beaucoup sur le degré de civisme d'une chaîne, même si, comme nous l'avons vu, la politique de programmation de la chaîne est souvent inexistante.

Les genres de programmes mis en exergue

Plusieurs types de programmes sont très présents chez Arte. Ces types de programmes sont révélateurs d'une part des contraintes dues à la spécificité de la chaîne et d'autre part de la politique de programmation d'Arte. Nous analyserons les programmes tels qu'ils apparaissent dans la grille de programmes présentés par Arte avant de voir comment ces grilles sont appliquées grâce à une étude que nous avons réalisée à partir des programmes artésiens¹⁷². Dans un premier temps, nous nous appuyons donc sur la grille

¹⁷² Pour les informations concernant la méthodologie de cette enquête, voir la préface

de programme présentée par Arte¹⁷³ et plus précisément sur la grille de l'année 1999, la grille de 2010, et la grille de l'année 2011, pour mettre en évidence les évolutions d'Arte et les changements d'une année sur l'autre. Nous tenons à rappeler que la mise en place d'une nouvelle grille est annoncée pour janvier 2012. Malheureusement, cette grille n'étant pas encore disponible, nous ne pourrions pas en tenir compte dans notre étude¹⁷⁴.

Si nous comparons la grille de jour 2010 et la grille de jour 2011¹⁷⁵, nous pouvons remarquer que si les « documentaires » et les « informations et magazines » sont particulièrement présents dans les deux grilles, certaines modifications apparaissent. Certaines émissions autrefois classées dans « informations et magazines » passent en « documentaires » (ex : l'émission *Toutes les télés du monde*), les *thémas* autrefois classés en documentaires apparaissent maintenant comme un genre à part. Par ailleurs, sur la seule journée du samedi, sept changements de programmation sont à observer. Globalement, nous pouvons remarquer que la grille de 2011 est plus lisible que la grille de 2010. Toutes

ces différences de programmation vont à l'encontre de la fidélisation des auditeurs¹⁷⁶, ce qui explique en partie le faible audimat d'Arte. Ces changements pourraient se justifier si l'avis des téléspectateurs avait été pris en compte, mais cela ne semble pas avoir été le cas pour ce changement, et ne sera probablement pas le cas pour l'élaboration de la nouvelle grille de 2012. Enfin, si le programme journée nous paraît équilibré et lisible en semaine, nous pouvons regretter que la grille soit plus complexe le dimanche, avec des alternances entre les trois premières semaines du mois et la dernière, ce qui ne facilite pas la fidélisation du public, qui rencontre des difficultés à établir des repères. Nous ne reviendrons pas sur le choix des programmes, que nous allons évoquer plus précisément dans notre prochain paragraphe. Nous nous contenterons de relever le grand nombre d'émission d'« informations et de magazines » et de « documentaires », ce qui en est harmonie avec sa fonction de chaîne culturelle européenne, comme avec la conception du civisme. Cependant, l'absence d'émissions ouvertes aux auditeurs est cruellement évidente : aucun *talk show* ou débat d'aucune sorte ne sont à mentionner.

En ce qui concerne la grille de soirée, force est de constater que les évolutions entre 1999 et 2011 ont été nombreuses. La grille de 2011 est bien plus lisible que celle de 1999 où les émissions sont différentes tous les soirs et varient parfois d'une semaine sur l'autre. Certaines émissions ont disparu (*Archimède*, *Slapstick*), d'autres sont apparues (*Culture Pop*, *Philosophie*). Un des trois *thémas* a été supprimé, mais il a laissé sa place aux cinq *thématines* d'Arte. Cependant, le genre comme le style des émissions semblent être restés globalement les mêmes, à l'image d'Arte. Entre 2010 et 2011, les différences de programmes sont minimales : quelques émissions s'inversent (film *Trash*, *Court-Circuit*), d'autres changent de nom (le simple magazine devient le magazine *Global-Mag*). Globalement, le programme garde une forte continuité avec celui de l'année précédente, ce qui compense en partie les changements de la programmation en journée. Cependant, nous pouvons regretter que certaines soirées, notamment celle du lundi, restent

¹⁷³ Les grilles de programmes utilisées sont celles que nous nous sommes procurées sur le site d'Arte *arte.tv*. Elles sont disponibles toutes disponibles en annexe n°9.

¹⁷⁴ Une conférence de presse devrait être tenue à ce sujet au cours du mois de novembre 2011

¹⁷⁵ En ce qui concerne la grille de jour, nous nous contenterons d'évoquer la grille de 2010 et celle de 2011, car Arte ne diffusait en 1999 qu'à partir de 19h.

¹⁷⁶ Les téléspectateurs aiment rarement le changement et ont tendance à changer de chaînes lorsqu'ils perdent leurs repères.

mystérieuses, puisque cette soirée change toutes les semaines du mois. En soirée, si les documentaires et les informations restent présents, la part belle est faite au cinéma et à la fiction. Ce choix paraît judicieux à une plage horaire où les auditeurs sont avant tout à la recherche de détente, bien que l'on puisse regretter que l'émission n'en profite pas pour souligner son originalité et se démarquer des autres chaînes en proposant des programmes

innovants aux heures de grandes écoutes¹⁷⁷. Enfin, le manque de débat et d'émissions où les téléspectateurs pourraient s'exprimer est remarquable.

Si nous comparons maintenant la différence entre cette grille et deux semaines de programmation, une en période scolaire et l'autre en période estivale, nous pouvons nous rendre compte qu'il existe une certaine marge de manœuvre qui permet une adaptation de la chaîne. Le programme est bien respecté en période scolaire, notamment en soirée, où on ne relève qu'un échange le lundi, puisque le documentaire culturel passe avant « *musica* ». En journée, une dizaine de légères modifications sont remarquables, mais l'impact de ces modifications reste relativement léger, d'autant plus que certaines d'entre-elles sont les mêmes tous les jours de la semaine : la plage « *Série TV* » est par exemple composée en réalité tous les jours d'une série, *Chapeau Melon et Bottes de Cuir*, suivie d'un téléfilm. La structure reste globalement la même, et les téléspectateurs conservent une grille de lecture facilement compréhensible. Seules les *thématisées* nous paraissent présenter un ensemble qui manque de cohérence : ainsi, la *thématisée* société du vendredi 25 mars réunissait elle une émission sur un jeune couple, suivie d'un film évoquant la jeunesse de deux orphelins rescapés de l'holocauste, puis l'histoire d'une danseuse zimbabwéenne... Le concept de matinée thématique semble perdre de son sens, et le téléspectateur risque de manquer de repères. Ce manque de cohérence, parce qu'il complexifie la lecture, mais également parce qu'il révèle la faible politique de programmes de la chaîne, souligne un manque de civisme. En effet, pour être citoyenne, une chaîne doit être facilement accessible, claire et compréhensible pour les Français.

Si la grille des programmes est bien respectée durant l'année, à l'inverse, pendant les vacances scolaires, de nombreuses différences sont observables. Ainsi « *Toutes les télé du monde* » est systématiquement supprimée au profit de « *Mystères d'archives* », « *One shot not* » laisse la place à la « *cuisine des sommets* », et ainsi de suite. Trente-huit modifications sont observables dans le programme de journée, et douze le soir. La grille des programmes est entièrement retravaillée durant l'été, ce qui semble plutôt pertinent. En effet, les émissions sont généralement remplacées au profit d'autres émissions plus appréciées de la majorité des téléspectateurs, ce qui est important à une période où ces derniers ont tendance à être plus souvent devant leur poste. Seul le remplacement de *Global-Mag*, magazine apprécié, par la série documentaire « *Un billet de train pour...* », émission très peu suivie d'Arte, nous paraît être un choix étrange. Comme le montrent

les schémas représentant la répartition des genres sur Arte¹⁷⁸, le genre des émissions correspond pourtant plus à ce qui est attendu d'Arte : si le nombre de minutes consacrées aux documentaires reste globalement le même en période scolaire qu'en période estivale, le cinéma prend de l'importance, tandis que les magazines et les téléfilms en perdent un peu. La musique, plus appréciée, est également plus diffusée. En outre, les séries sont discrètes dans la programmation estivale, ce qui paraît raisonnable, dans la mesure où l'emploi du temps des personnes a tendance à être moins défini pendant les vacances scolaires : elles ne sont donc pas tenues à un horaire précis pour pouvoir suivre leurs

¹⁷⁷ Nous tenons tout de même à rappeler que 75% des œuvres diffusées en soirée sur Arte le sont pour la première fois.

¹⁷⁸ Ces schémas sont disponibles en Annexe n°10

émissions. Les informations diminuent également, ce qui nous paraît regrettable, car même en vacances les informations nous paraissent indispensables à tous les citoyens et restent un marqueur important du civisme. Enfin, les divertissements apparaissent en quantité, alors que le peu de débats présents auparavant sont définitivement rayés de la programmation. Si la programmation d'été tient bien compte du souhait des citoyens, nous pouvons regretter que certaines émissions révélatrices du souci de la citoyenneté de la chaîne paraissent reculer, à un moment où les téléspectateurs – ayant plus de temps libre – sont plus enclins à la discussion.

Les programmes phares

Dans la mesure où nous ne pouvons prendre le temps de nous arrêter sur l'intégralité des programmes de la chaîne, nous allons avant tout présenter les programmes phares, ceux qui nous semblent être les plus représentatifs d'Arte. Ces programmes sont ceux qui sont mis en avant par Arte (visible sur le site *arte.tv* à l'ouverture de l'onglet « *programmes* »), mais également les programmes qui sont mentionnés par les auditeurs d'Arte que nous avons interrogés lors de notre enquête ¹⁷⁹.

L'émission la plus révélatrice en termes de civisme est le journal d'Arte. *ARTE Journal* est une émission entièrement franco-allemande, qui présente deux journaux par jour, de deux formats différents : celui de 12H45 qui dure un quart d'heure et celui de 19h

qui dure 28mn ¹⁸⁰. La particularité de ce journal est qu'il s'agit essentiellement d'un journal international, qui prend le temps d'expliquer les grandes nouvelles du monde en les analysant, n'hésitant pas à revenir sur des situations quelque temps plus tard

ou encore à présenter différents dossiers sur un même thème ¹⁸¹. Ces dossiers sont développés pendant les journaux, mais se retrouvent également sur Internet, où l'auditeur peut bénéficier d'un supplément d'information, sous formes d'interview, de reportages, de vidéos comme de bibliographie. On ne peut que regretter le manque d'interaction de ces pages, puisqu'il n'existe pas de plate-forme adaptée à la prise de parole, et que les commentaires sont rares, pour ne pas dire absent (zéro commentaire sur le dossier de la révolution arabe, par exemple). Cela n'est pas révélateur uniquement du manque d'intérêt des téléspectateurs, mais aussi du manque de recherche de dialogue de la part d'Arte. En l'absence de questions, le téléspectateur ne se sent pas directement interpellé. Des articles et des reportages passés sont également à retrouver dans l'onglet *d'Arte Journal*. Enfin, *Arte Journal* s'inscrit dans le prolongement de la mission culturelle de la chaîne en offrant aux téléspectateurs 15mn d'actualités culturelles quotidiennement. C'est donc un journal qui promeut le civisme, seul le manque d'interaction avec les auditeurs est à mentionner. De plus, ce journal sait donner envie d'être vu, et sa description nous semble correspondre à ce qu'il est, un journal qui :

sélectionne les images les plus pertinentes et donne la parole aux experts les plus compétents. Offrir des repères, établir des comparaisons, donner du contexte pour mieux comprendre le monde qui nous entoure : voici l'ambition

¹⁷⁹ La méthodologie de cette enquête se trouve détaillée en préface. Les résultats sont disponibles dans l'annexe n°11

¹⁸⁰ Ce journal est particulièrement apprécié, puisque 17 personnes l'ont mentionné dans notre questionnaire, ce qui signifie qu'ils considèrent que le journal révèle quelque chose de la personnalité d'Arte. De plus, la page *facebook* est suivie par plus de 4100 personnes, et les commentaires (près de 170) affluent sur la page d'Arte.

¹⁸¹ Le dernier dossier répond par exemple aux révolutions arabes et s'intitule « Génération révolution ».

de cette édition quotidienne réalisée par une équipe franco-allemande qui aime prendre du recul, s'arrêter pour expliquer et mettre en perspective. ARTE Journal revient souvent sur les événements qui ont marqué les derniers mois et retourne sur les lieux pour mesurer ce qui a pu changer entre-temps. Bref, c'est un journal avec de la mémoire. Examiner la culture sous toutes ses facettes, rendre compte de la création dans tous les domaines : c'est chaque jour un quart d'heure d'actualité culturelle au-delà des frontières et de la promotion.

Cependant *Karambolage* est indéniablement une des émissions qui connaît les plus grands succès de la chaîne¹⁸². Cette émission d'Arte France est résolument franco-allemande, puisqu'elle compare coutumes françaises et allemandes, avec humour et bon goût. Facilement accessible, le design ludique de l'émission aide à son succès, qui a poussé la chaîne à renforcer l'émission de courtes apparitions renommées « *Ce qui me manque* », du nom d'une des parties de l'émission. Les lettres envoyées à l'émission sont lisibles en ligne, de même qu'une interview de Claire Doutriaux, responsable de l'émission, qui répond aux questions les plus fréquentes. Par ailleurs, la rédaction entretient un blog aux nombreux articles, qui présente souvent des échanges que la rédaction a eu avec les auditeurs, et les éditeurs peuvent répondre aux articles par des commentaires. Seule l'absence de forum, et le fait cette émission soit une réalisation d'Arte France, et non une émission réellement franco-allemande, nuit à la promotion du civisme.

Certains reportages sont également appréciés, comme *360° Géo*¹⁸³ ou encore *ARTE Reportage*¹⁸⁴. Ces émissions, d'un format plutôt long, donnent une ouverture à d'autres pays et permettent aux auditeurs d'avoir un certain nombre d'informations. Cette richesse se retrouve parfois sur la toile, comme c'est le cas pour *ARTE Reportage*, puisque nous pouvons retrouver sur Internet des dossiers, les reportages diffusés et des web-reportages, mais toujours aucune possibilité n'est donnée au téléspectateur pour s'exprimer ou pour échanger, ce qui est dommage, car aux vues de certaines interventions sur la page *facebook*, ces derniers ne seraient pas contre des échanges plus approfondis¹⁸⁵. Malheureusement, ces émissions sont parfois mal définies, ou n'arrivent pas à donner envie aux téléspectateurs de les visionner :

Quelle chance de pouvoir les découvrir avec GEO ! Pour arriver à fixer ces images surprenantes sur la pellicule, des reporters sillonnent la planète, à l'affût d'histoires insolites: le gestionnaire de castors en Bavière, le pêcheur irakien qui traque les esturgeons au péril de sa vie en mer Caspienne, ou encore le matelot du brise-glaces nucléaire russe qui ouvre la route maritime du cercle polaire.

¹⁸² En effet, ce ne sont pas moins de quatre-vingt-dix-huit personnes qui l'ont citées au cours de notre panel, et elle a près de 5000 fans sur *facebook*.

¹⁸³ Qui est suivie par près de 700 personnes sur sa page *facebook*.

¹⁸⁴ Cette émission est très suivie, puisque près de 9000 personnes en sont « fans » sur *facebook*.

¹⁸⁵ Malheureusement, même sur *facebook*, le dialogue est limité, puisque l'on ne peut que répondre aux statuts de la page, et non échanger sur sa page. Si l'émission remplit son rôle éducatif, l'échange n'est pas au rendez-vous.

Enfin, les émissions brèves et instructives restent très appréciées. Ainsi, *Le dessous des cartes*¹⁸⁶, ou encore *X :enius*¹⁸⁷, sont de grands classiques de la chaîne. Ces émissions, parce qu'elles sont brèves, donnent l'opportunité aux auditeurs de se cultiver sans avoir à se concentrer pendant une trop longue période. Ces émissions sont pourtant peu représentées sur Internet : *Le dessous des cartes* n'y a presque aucun élément, et le blog de *X :enius* reste minimal. Ces émissions souffrent également d'un style un peu vieillot, notamment pour *Le dessous des cartes*.

Au cours de ce descriptif, nous pouvons remarquer que la promotion du civisme est présente avant tout par l'ambition éducative des programmes, or on trouve déjà cette notion d'éducation dans les traités : il n'y a donc aucun apport de la chaîne sur ce plan. Pourtant, certaines émissions, par la mise en place de blogs ou de pages *facebook*, s'approchent déjà d'une certaine utilisation des avancées technologiques que l'on pourrait qualifier de civique.

Quel genre de présentation pour quel public ?

La manière dont Arte se présente est assez révélatrice du public qu'elle cherche à toucher. Or, il est intéressant de déterminer quel est ce public, et quelle image elle cherche à donner, car paradoxalement, cette image n'est pas toujours celle d'une chaîne qui promeut le civisme.

Teaser et univers graphiques

La personnalité de la chaîne Arte passe en grande partie par la manière dont elle cherche à se présenter. Or, la présentation qu'Arte fait de ses programmes dans ses *teasers*, et l'image qu'elle cherche à renvoyer à travers sa charte graphique sont de bons indicateurs de l'image qu'elle cherche à renvoyer ; deux éléments que nous allons maintenant présenter.

Si Arte ne diffuse pas de publicité¹⁸⁸, les émissions sont séparées par des *teasers* qui visent à les présenter. Le *teasing* est un « procédé publicitaire qui cherche à éveiller la curiosité du public par un message plus ou moins mystérieux »¹⁸⁹. Les *teasers* d'Arte présentent généralement un montage d'extraits de l'émission concernée, avec en voix-off des commentaires qui cherchent à inciter le spectateur à visionner l'émission en question. Souvent, le *teaser* présente en réalité plusieurs émissions et cherche à constituer une sorte de lien logique entre ces dernières. Il peut alors s'agir de différentes émissions diffusées la même soirée ou encore d'une série. Enfin, la chaîne présente parfois ses émissions juste avant de les diffuser afin de les placer dans un certain contexte. Ainsi, cet été, certaines émissions ont été présentées juste avant leur diffusion par Marianne James dans le cadre du « *Summer of girls* » institué par Arte, avec comme slogan de la saison « *Sur Arte, on aime les filles !* ». Ces *teasers* renvoient l'image qu'Arte souhaite donner de la chaîne : une image souvent intellectuelle ; avec une voix-off presque condescendante mais qui tend parfois à se démocratiser, notamment par la mise en place de politiques de programmes tels que le « *Summer of girls* ». Pourtant, les liens entre les émissions diffusées et ce « *Summer of girls* » restent parfois difficiles à comprendre.

¹⁸⁶ Qui a été évoqué par trente-trois personnes de notre panel et est suivie par presque 5000 personnes sur *facebook*.alors même que la page n'est pas officielle.

¹⁸⁷ Suivi par 1800 personnes sur *facebook*.

¹⁸⁸ Sur ce sujet, nous vous renverrons à la sous-partie portant sur le traité interétatique

¹⁸⁹ Définition du Petit Robert, édition 2009

En même temps que ces « *teaser* », sont présentés de courtes publicités cherchant à mettre en valeur la chaîne, et à présenter sa sensibilité. La nouvelle identité visuelle mise en place cette année est à l'image d'Arte : belle et inabordable. Ces spots sont nombreux (vingt-sept en tout, et d'autres sont à venir), et montrent des individus au contact de la nature, qui perdent plus ou moins leur identité au cours du film. On retrouve l'ensemble de cet univers graphique sur le site qui lui est dédié : *univers.arte.tv*, où l'intégralité de ces films, qui durent entre quinze et trente secondes, peut être visionnée. La philosophie du graphisme de la chaîne a évolué au cours de ces dernières années. En effet, en 2008, la chaîne de télévision expliquait que : « *L'attitude et la démarche générale d'Arte sont nourries par trois valeurs humanistes fondamentales : l'OUVERTURE, le RESPECT, et la CHALEUR.*

À celle-ci s'ajoute la notion dynamique de *CURIOSITE*. »¹⁹⁰ Aujourd'hui, « *dynamisme, inspiration et créativité sont les maîtres mots* ». C'est ce dont a essayé de rendre compte Joe Vanhottoghem, à qui l'on doit l'ensemble de ces courts films, qui constituent « *une histoire kaléidoscopique faite de rencontres. Des personnages évoluent, seuls ou en groupe, se séparent, se retrouvent, reviennent à leur point de départ après divers rebondissements,*

puis la boucle narrative est relancée... »¹⁹¹. Ces images doivent témoigner d'« *une poésie du temps présent* » qui serait celle d'Arte. Ces spots restent cependant difficiles d'accès pour la plupart des auditeurs, et en cela, ils symbolisent relativement bien l'élitisme d'Arte. On peut tout de même saluer le recours au 3D, de même que la sculpture mouvante du logo, qui modernise résolument l'image de la chaîne. Nous pouvons aussi remarquer une certaine représentativité de la société française, tant du point de vue du sexe que de l'ethnicité. Ainsi, si ces spots ne s'adressent pas à tous, au moins représentent-ils l'intégralité de la population française.

Le rapport annuel

Depuis l'année 1999, le Comité de Gérance d'Arte a décidé de publier son rapport annuel. Tous sont actuellement disponibles sur le site d'*arte.tv*, mais, comme nous allons le voir, ce rapport est, à bien des niveaux, plus proche d'une plaquette de publicité que de véritables comptes-rendus. On y trouve toujours une présentation en quelques mots de la chaîne par le Comité de Gérance dans un avant-propos, puis Arte est analysée sous différents angles. Force est de constater qu'au cours des années, le degré d'information a plutôt tendance à baisser qu'à augmenter. On trouve toujours les mêmes grands axes : d'abord les programmes, puis les questions liées aux « *temps forts des programmes* », puis celles de « *communication et développement* » qui feront leur entrée en 2003, avant d'être remplacées par les mentions « *A l'antenne* », « *Hors Antenne* » en 2007. Nous allons ici¹⁹² comparer les comptes-rendus de 1999¹⁹³ et celui de 2009-2010 afin de voir comment ce rapport s'est progressivement modifié, et en quoi nous pouvons y voir un acte citoyen ou non.

En 1999, lorsque le Comité de Gérance décide de publier son compte-rendu, il effectue une forte avancée, dans la mesure où cela permet à tous de se rendre compte du travail effectué par la chaîne. Si les citoyens ne sont pas amenés à s'exprimer sur ce compte-

¹⁹⁰ Chartre graphique de la chaîne Arte, 2008 (disponible sur *arte.tv*)

¹⁹¹ <http://univers.arte.tv/#/1>

¹⁹² Le Rapport Annuel 1999 du comité de Gérance d'Arte sont disponibles sur le site d'Arte sous le lien suivant : http://www.arte.tv/static/c5/pdf/1999_RapportAnnuel_FR.pdf

¹⁹³ Certaines données de ces comptes-rendus sont disponibles en annexe n°12

rendu, tout au moins ont-ils un certain accès à la tenue de la chaîne, et peuvent avoir une idée de la manière dont leur argent est utilisé. Ils ont accès à de nombreux renseignements dans cette première édition du compte-rendu qui ne fait pas moins de 48 pages, et donne de nombreuses indications assez précises, notamment par le biais d'un grand nombre de graphiques. La question du public et de la hausse de l'audience est ainsi évoquée, de même que celle des différents genres utilisés ou de la provenance des émissions. Les auteurs n'hésitent pas à utiliser des schémas pour faciliter la compréhension de ses dires. (Cf. Annexe n° 12). Si la présentation des émissions est faite d'un point de vue partial, tout au moins le Comité prend-t-il la peine d'énoncer certains chiffres : « 84% des téléspectateurs français et 78% des allemands estime qu'ARTE diffuse des programmes de grande qualité ». Nous pouvons toutefois conserver certaines réserves, dans la mesure où les sources des chiffres cités ne sont jamais données dans le rapport. Arte est-elle à l'origine de ces études? Mais si Arte a mené ces études, les a-t-elle menées auprès de ses auditeurs ou de l'ensemble de la population ? Telles sont les questions qui pourraient nuancer les résultats affichés par la chaîne.

N'hésitant pas à mettre en valeur les réussites de la chaîne au moyen de Palmarès, Arte donne aussi des informations précises sur les programmes, ce qu'ils proposent, l'origine de production de chaque genre de programmes...etc. La grille des programmes est présentée, de même que les techniques de « *Promotion et diffusion des programmes* ». Ensuite, la partie « *Gestion et technique* » reprend les différentes modifications de législation et ses implications pour la chaîne, les nouveautés concernant les réseaux, le projet du nouveau siège (évoqué dans notre première partie), la nouvelle diffusion d'Arte, le passage au numérique...Etc. Enfin, le compte-rendu évoque les questions financières, et met en évidence les produits et les charges à l'aide d'un tableau, de même que les dépenses réelles consolidées et les dépenses réelles pour les programmes sous forme de graphiques en secteurs qui augmentent la lisibilité de ces opérations. Un historique et un organigramme de la chaîne sont présentés pour achever ce tour de ronde d'Arte. Ce compte-rendu présente l'intégralité du travail de la chaîne, et ne se contente pas de parler d'Arte mais évoque des chiffres précis, donne des précisions sur les programmes, et permet, malgré une certaine orientation, aux citoyens de se tenir informés et de se forger leurs propres

avis. Malheureusement, le Rapport d'Activité de l'année 2009-2010¹⁹⁴ nous semble de moins grande qualité. En effet, ce rapport ne fait plus que 24 pages, soit moitié moins que le premier rapport de 1999, et les informations présentées dans ce rapport sont moins précises que dans le premier. On retrouve une courte préface d'une page, puis une courte interview et quelques informations sur certains programmes, dans un style qui relève tout à fait de la plaquette publicitaire. S'ensuivent quelques informations sur les missions de communication, les prix reçus par Arte et sur le fonctionnement de la chaîne. Schémas, photos et graphisme tentent de camoufler tant bien que mal le manque d'informations et de données concrètes du rapport. Il n'y a que sur les sites internet, qui représentent le succès de l'année, que le rapport accumule les données. Le rapport reste cependant très évasif, jusque dans la tenue des comptes qui se limite à un tableau et à un graphique.

Il est assez intéressant de constater que la baisse d'information dans le rapport d'activité correspond au moment où Arte a commencé à perdre de l'audience. On peut se demander si c'est parce qu'elle a perdu de l'audience qu'elle est devenue évasive, ou si elle a perdu de l'audience parce qu'elle s'est détournée de ses auditeurs, ce qui serait tout à fait contraire à la conception que nous avons de la citoyenneté. Cependant, nous pouvons

¹⁹⁴

Le Rapport d'Activité 2009-2010 est également disponible sur le site d'Arte sous le lien suivant : http://download.www.arte.tv/permanent/u6/plaquette2010/2009-2010_Rapport_Annuel_FR.pdf

raisonnablement penser que c'est plutôt parce que les résultats n'étaient pas excellents que la chaîne a cessé de s'étendre sur les résultats, car sa baisse d'audience est consécutive du développement de la TNT¹⁹⁵. Initialement une bonne idée à l'image de l'information et de la transparence attendue d'une institution qui promeut le civisme, le rapport d'activité semble avoir perdu de son efficacité au cours des différentes éditions. Heureusement pour les citoyens qui s'intéressent à Arte, d'autres moyens sont mis à leur disposition pour en apprendre plus sur cette chaîne.

Dépliants et plaquette

En plus des rapports de Comité de Gérance, d'autres informations sont disponibles sur le site *arte.tv*, notamment une plaquette de présentation, ou *flyers* dans le langage artésien, ainsi qu'une plaquette institutionnelle, récemment mise en ligne. Ces éléments apportent un surplus d'information quant au fonctionnement de la chaîne, qui témoigne de l'objectif

de transparence qu'elle s'est imposée. Si le *flyers*¹⁹⁶ n'est qu'un rapide survol d'Arte, qui ne présente la chaîne que dans ses grandes lignes, cela a tout de même l'avantage de permettre à tous de pouvoir facilement s'informer sur Arte. Pour le spectateur avisé, la plaquette institutionnelle permet une connaissance plus approfondie de la chaîne. Autrefois téléchargeable, la chaîne s'est dotée depuis peu d'une nouvelle version interactive de cette

plaquette, moderne et dynamique¹⁹⁷. Cette plaquette, plus longue encore que le rapport du Comité de Gérance, présente la chaîne sous toutes ses coutures. Grâce à son interactivité, le lecteur peut survoler rapidement les passages qui ne l'intéressent pas, et zoomer sur les articles ou sur les pages qu'il souhaite lire. Cela lui permet d'aller à l'essentiel, et lui permet de pouvoir facilement trouver les informations qui l'intéressent. Il peut également observer la plaquette sous forme de vignette, rechercher quelque chose dans le texte de la vignette, télécharger les pages qu'il souhaite, envoyer le document à un ami, ou encore retourner au sommaire. Le format de cette plaquette est tout à fait adapté à son objectif, puisque le lecteur est libre de l'usage qu'il fait de cette plaquette, qui propose des informations de manière ludique et rapide. Le contenu de la plaquette, lui aussi, correspond à cette promotion du civisme.

Après un rapide survol du palmarès de la chaîne, un sommaire avertit le lecteur du programme : la première partie de la plaquette porte exclusivement sur les programmes. La deuxième partie, « *plus que la télé* », porte sur les services annexes de la chaîne. Enfin, une dernière partie explique les structures de la chaîne. Un court éditorial présente la volonté d'Arte, qui correspond en partie à une volonté de civisme, bien qu'il ne soit pas clairement nommé :

Plus que jamais, en cette période de troubles et d'interrogations, la vocation d'ARTE prend tout son sens : s'ouvrir sur le monde pour mieux le comprendre, proposer aux téléspectateurs à la fois des repères clairs et des horizons nouveaux, jeter des ponts entre les cultures, celles d'ici et d'ailleurs, celles d'hier, d'aujourd'hui et de demain, bouger et faire bouger. Le nouvel habillage

¹⁹⁵ Voir Schéma de l'annexe n°13

¹⁹⁶ Le dernier flyers d'Arte est disponible à cette adresse : http://www.arte.tv/static/c5/pdf/plaquette2009/2009_Flyer_FR.pdf

¹⁹⁷ La plaquette est disponible à cette adresse : http://asp_zone-secure.net/v2/index.jsp?id=3194/4139/16714&lng=fr

198

que nous avons mis fin Mars à l'antenne illustre notre volonté forte de capter et d'anticiper les grands mouvements de notre époque. Dans le domaine de l'audiovisuel et des images, ces grands mouvements se font sous l'impulsion d'une révolution technologique majeure. ARTE s'emploie avec beaucoup de détermination à accélérer le mariage inéluctable entre la télévision et l'internet, entre la linéarité et l'interactivité. Ainsi s'ouvre à nous un nouvel espace de liberté qu'ARTE investit et investira de plus en plus avec des contenus forts, comme aujourd'hui « Génération Révolution », témoignages et décryptages des mouvements arabes que nous proposons à la fois à l'antenne et sur le web, ou encore notre nouvelle plateforme « ARTE Creative » dédiée à tous les arts numériques. Nous comptons bien aussi multiplier les vecteurs et les modes de diffusion de nos programmes pour augmenter encore la visibilité de la Chaîne. Notre offre de rattrapage ARTE+7 est désormais accessible sur plusieurs plateformes communautaires. PENSER LA TELEVISION DE DEMAIN ET CULTIVER NOTRE DIFFERENCE : NOUS RELEVONS CE DEFIT AVEC ENTHOUSIASME ET

199

CONVICTION !

Cet éditorial montre la volonté d'informer, mais également la volonté de profiter des opportunités technologiques pour renforcer le lien entre les internautes et la chaîne. La plaquette continue sur une présentation rapide des programmes en général, puis sur la présentation de chacun des grands programmes de la chaîne, classés en fonction de

200

leur genre²⁰⁰. La deuxième partie, intitulée « *une télévision plus interactive* », s'ouvre alors. Les sites internet reliés à Arte, ainsi que quelques émissions interactives, sont présentés au lecteur, de même que les filiales d'Arte. Une partie est même consacrée à Arte et ses téléspectateurs, leur relation étant présentée comme une relation privilégiée « *Arte entretient des relations privilégiées avec son public. La chaîne est à l'écoute de ses téléspectateurs, leur propose divers services en ligne et va à leur rencontre à l'occasion*

201

d'événements culturels ». Si la chaîne rencontre souvent ses téléspectateurs lors d'événements culturels, elle ne crée pas de lien avec ses téléspectateurs. De plus, les rencontres d'Arte avec son « public » ont lieu partout en Europe, et en réalité relativement peu en France, où se situe le seul public qui nous intéresse. Enfin, la dernière partie porte sur les institutions de la chaîne, dont le fonctionnement est correctement détaillé et illustré de nombreuses données. Des données portant sur la diffusion y sont détaillées au lecteur. Cette plaquette, précise et claire, permet à la chaîne de diffuser les informations nécessaires au citoyen qui souhaiterait comprendre son fonctionnement, et fait résolument partie d'une initiative civique.

Le profit des avancées technologiques

198

Sur le sujet : voir le paragraphe *Teaser et univers graphique*.

199

Citation de la page 7 de la plaquette de présentation 2011. Les passages en gras sont les éléments que nous avons tenus à souligner, en lien avec la problématique de la citoyenneté.

200

En ce qui concerne les programmes, voir notre paragraphe sur *Les programmes phares*

201

Citation de la page 36 de la plaquette de présentation 2011.

Les avancées technologiques de réseaux

Arte a bénéficié, comme de nombreuses chaînes, des avancées technologiques de ces dernières années. L'usage qu'elle en a fait permet de comprendre comment elle a pu étendre son public, augmenter la qualité de réception de cette chaîne, et s'ouvrir à de nouveaux horizons. Nous allons maintenant parler de ces avancées, tout en ne cessant de nous demander si l'usage de ces technologies peut être qualifié de citoyen.

L'étendue du public

Au cours des années, Arte a pu étendre son public grâce à l'ouverture de son réseau. Depuis sa première émission sur le réseau câblé, le 30 mai 1992, Arte a ainsi étendu ses horaires de diffusion, comme l'importance de son réseau, ce qui lui a permis d'être accessible au plus grand nombre, en accord avec l'exigence d'une chaîne européenne.

À ses débuts, la chaîne n'était accessible que par 85%²⁰² du public. En 1995, des travaux permettent à Arte (en collaboration avec La Cinquième) de passer d'une couverture du territoire de 82% à une couverture de 92%. Dans le même temps, une première extension de ses horaires a lieu : Arte pourra désormais diffuser de 19h00 à 3h00 (elle était jusque là²⁰³ contrainte de ne diffuser que de 19h00 à 24h00). Cette augmentation du réseau permet à Arte d'être reçue par le plus grand nombre, ce qui est d'autant plus souhaitable que cette chaîne est financée en partie par la redevance, payée uniquement par les personnes qui possèdent une télévision, mais également financée par l'Etat, soit par les impôts payés par l'ensemble des Français. La chaîne se doit donc d'être accessible au plus grand nombre, d'autant que cela fait partie de sa mission de chaîne publique et de chaîne européenne. Par ailleurs, l'ouverture d'Arte ne se limite pas à la France, car elle peut être reçue par 70 millions de foyers entre le Nord de l'Europe et le Moyen Orient dès début 1993. Le passage au numérique permet à Arte de diffuser de 14h à 19h dans un premier temps, puis en continu. Mais ce passage au numérique se fait très progressivement, puisqu'en 2000²⁰⁴, 85% des téléspectateurs français et 90% des téléspectateurs allemands reçoivent encore Arte en mode analogique²⁰⁵. Cette ouverture de sa plage horaire permet à la chaîne d'accroître sa capacité d'information ainsi que sa mission culturelle, car elle peut diffuser un plus grand nombre d'émission, et n'est ainsi plus freinée par le manque de temps. L'usage du bicanal permet rapidement aux téléspectateurs d'Arte de regarder la chaîne en français²⁰⁶ ou en allemand : 10,4 millions de foyers en sont déjà pourvus fin 2000. À la mission culturelle d'Arte s'ajoute un apport linguistique, puisque les films sont disponibles en version originale pour la plupart d'entre eux, et que tous les téléspectateurs qui possèdent le bicanal peuvent décider de la langue dans laquelle ils regardent la chaîne. Cela permet aux uns de découvrir une nouvelle langue, aux autres d'éviter de l'oublier. Cet apport linguistique est

²⁰² Histoire générale de la radio et de la télévision en France, Tome III 1974-2000, Christian Brochand, Comité d'Histoire de la Radiodiffusion, *La documentation française*.

²⁰³ *idem*

²⁰⁴ Information tirée du Rapport Annuel du Comité de Gérance, année 2000.

²⁰⁵ La transmission analogique se fait sous la forme d'une onde, tandis que la transmission numérique utilise les signaux numériques, codés à l'aide de nombre. L'analogique se fait par le biais de réseaux peu nombreux, d'où la difficulté d'Arte d'obtenir une plus grande plage horaire. Au contraire, le numérique lui permet de diffuser des émissions 24/24h.

²⁰⁶ Information tirée du Rapport Annuel du Comité de Gérance, année 2000

d'ailleurs apprécié par les auditeurs, comme le mettent en avance les réponses obtenues à notre questionnaire. Cela permet également aux personnes en déplacement de suivre une chaîne dans leur langue. Dans tous les cas, que ce soit de par sa dimension d'apprentissage linguistique ou la possibilité de garder le contact avec sa langue maternelle dans un autre pays, le bi-canal offre la possibilité à Arte de renforcer sa promotion du civisme. En 2003, Arte Allemagne fini par transmettre ses émissions à partir de 14h00 sur le réseau câblé

²⁰⁷

analogique, car les Allemands sont plutôt frileux au numérique dans un premier temps. Depuis 2004, Arte diffuse 24/24h et depuis 2005, elle diffuse en bilingue sur la TNT. Le passage à la TNT se fait un peu plus lentement en France qu'en Allemagne, car cette dernière y est plus rapidement déployée. L'ensemble du territoire français sera couvert en

²⁰⁸

2007. À partir de cette date, tous peuvent profiter d'une chaîne diffusée en permanence, qui offre la possibilité du bilinguisme à l'ensemble des Français. De plus, Arte, dès 2005, est disponible sur les grands bouquets télévisuels des offres téléphoniques. En 2007, le lancement d'Arte+7 permet à l'ensemble des Français et des Allemands reliés à internet de visionner les programmes d'Arte jusqu'à sept jours après leur diffusion. Arte se développe également sur les fréquences de diffusion de la Télévision Mobile Personnelle ainsi que

²⁰⁹

sur certains téléphones grâce à la TNT. Depuis 2010, Arte couvre presque l'intégralité du territoire européen grâce aux satellites ASTRA et Hotbird. De plus, depuis avril 2010, la

²¹⁰

chaîne diffuse dans les départements d'outre-mer français. Cette diffusion, longtemps impossible en raison de difficultés techniques, permet à Arte de réellement prendre en compte l'intégralité de la population française et non uniquement les Français de métropole. Les schémas disponibles en annexe n°14 montrent clairement l'évolution d'émission d'Arte entre 1999 et 2011, en ce qui concerne les satellites.

Cette étendue progressive constitue un véritable enjeu pour la chaîne Arte, tant en terme de visibilité qu'en terme de citoyenneté. En effet, il est impératif pour une chaîne civique d'être accessible à l'ensemble de la population à laquelle elle s'adresse. De plus, la possibilité d'agrandir sa plage horaire lui permet d'augmenter le nombre d'émissions qu'elle diffuse, et donc de se diversifier, pour mieux correspondre aux goûts et aux attentes de chacun. Tous ces éléments ont concouru à augmenter la citoyenneté de la chaîne au cours de ces dernières années.

La qualité de réception

Au cours de ces années, Arte a cherché à augmenter la qualité de réception de ses émissions. En effet, en vingt ans, les émissions télévisuelles ont connu de grandes avancées techniques. Ces avancées techniques, et la manière dont elles ont été utilisées, témoignent d'une volonté de plaire au public, et de profiter le plus rapidement possible de ces nouvelles opportunités. Ces avancées permettent également d'offrir aux téléspectateurs certains services, que nous allons maintenant détailler.

Dès 1999, la chaîne produit onze films avec audio-description en allemand. Ces films, destinés aux personnes malvoyantes, leur permettent de profiter de l'intégralité du film, et d'avoir une compréhension plus facile et plus entière des films. En tant qu'il permet

²⁰⁷ Information tirée du Rapport Annuel du Comité de Gérance, année 2003

²⁰⁸ Informations tirées du Rapport Annuel du Comité de Gérance, année 2005-2006

²⁰⁹ Informations tirées du Rapport Annuel du Comité de Gérance, année 2009.

²¹⁰ Informations tirées du Rapport Annuel du Comité de Gérance, année 2009-2010

à tous d'obtenir les mêmes accès aux films, l'usage de l'audio-description nous paraît essentiel dans le fonctionnement d'une chaîne civique. Le bi-canal permet d'obtenir la chaîne allemande en France et la française en Allemagne dès l'an 2000. Une offre de sous-titre pour malentendants se développe à la même époque. Cette offre permet à des personnes en situation de handicap d'accéder aux mêmes programmes que les autres, et de pouvoir profiter de la même façon des programmes artésiens. En 2005, Arte est la première chaîne à diffuser en 16/9^{ème} et à proposer des programmes bilingues. Fin 2007, l'intégralité des programmes est diffusée en 16/9^{ème}. La rapidité avec laquelle la chaîne a réussi à changer de format montre sa volonté de toujours présenter des programmes de la meilleure manière qui soit. Cela révèle à la fois une volonté de plaire au public, et une forte capacité d'adaptation. De plus, l'utilisation de ce nouveau format permet à la chaîne de diffuser des émissions avec une plus haute qualité, et donc aux téléspectateurs de profiter au mieux des programmes diffusés. La Haute Définition se met, elle, progressivement en place à partir de l'année 2006/2007 pour certains programmes et en 2008 pour de nombreux programmes de soirée. La diffusion en Haute Définition devient régulière en 2008, ce qui fait d'Arte « *la première chaîne publique à proposer une diffusion simultanée et régulière*

²¹¹ *de ses programmes en HD* » (via le satellite ASTRA) en Allemagne. Arte doit passer à l'automne 2011 à une diffusion intégrale en HD, dans un système entièrement informatisé où les cassettes n'auront plus leurs places. Elle est une chaîne qui se tient toujours au courant des dernières technologies et qui s'y adapte rapidement, n'hésitant pas à la mettre au service de ses téléspectateurs, y compris ceux en situation de handicap. Cette ouverture aux nouvelles technologies est également une ouverture au monde d'Internet, ce monde ²¹² « *Hors-Antenne* », qui permet encore une fois de créer de nouveaux services toujours mieux adaptés aux téléspectateurs. En sont-ils pour autant civiques ? C'est ce que nous allons maintenant chercher à savoir.

Les sites Internet au service d'un espace public virtuel

Lorsque nous avons présenté les programmes artésiens, nous avons déjà évoqué la présentation de ces programmes sur *arte.tv*. Cependant, les sites d'Arte possèdent d'autres richesses, qui répondent plus ou moins aux attentes d'une chaîne citoyenne. C'est sur ces différents sites que nous nous pencherons, avant de montrer comment Arte peut s'ouvrir à un nouveau public grâce à ses sites Internet, pour enfin nous demander quelles améliorations seraient possibles, surtout en ce qui concerne l'usage des forums, presque inexistant sur la chaîne.

Les différents sites internet et leurs particularités

Acteur engagé d'un service public audiovisuel de qualité, Arte mise sur les nouveaux médias pour proposer une offre vidéo accessible à tous, gratuite, légale et sans publicité, ainsi que des contenus exclusifs dans des formats innovants et complémentaires à la programmation à l'antenne.

²¹¹ Pour toutes les références de ce passage, voir les Rapports annuels du Comité de Gérance entre l'année 1999 et l'année 2009/2010. La citation est ici tirée du Rapport de 2008

²¹² « *Hors Antenne* » est le terme utilisé par Arte pour qualifier l'usage d'Internet dans les derniers rapports du Comité de Gérance.

213

Voici l'offre internet d'Arte, telle que la chaîne la décrit elle-même²¹³. La chaîne de télévision possède huit sites Internet, qui proposent chacun différentes offres, plus ou moins en lien avec la notion de citoyenneté. Nous tenterons d'appréhender la mission de chacun d'entre eux, et de définir en quoi il est citoyen ou non, ce qu'il apporte et ce qui lui manque.

Arte.tv

Le site *arte.tv* est le premier site officiel de la chaîne à avoir été lancé, dès 1996. Il est accessible gratuitement sur Internet (y compris sur téléphone mobile) et présente de nombreuses informations sur la chaîne. On y retrouve, sous différents onglets, l'univers d'Arte, ses événements, ses programmes, ses vidéos, et le lien « *Arte et moi* ». Sous l'onglet « *Univers* », nous retrouvons les programmes d'Arte triés en fonction de leurs thèmes : « *comprendre le monde* », « *échappées culturelles* », « *mouvement de cinéma* », ou encore « *européens* ». Chaque univers possède un code couleur qui lui est propre et qui permet à l'internaute de se repérer facilement : Azure pour « *Comprendre le monde* », Purple pour « *échappées culturelles* », Tequila Sunrise pour « *mouvements de cinéma* » et Océan pour « *Européens* ». Malheureusement, le code couleur n'est pas systématiquement respecté : certaines images portent la couleur d'un autre univers, ce qui peut porter à confusion. Sous l'onglet « *Evènements* » sont présentés les derniers programmes, les défis, les concours ou encore les programmations. L'onglet « *programme* » permet d'accéder au guide télévisuel

214

ou aux pages des différentes émissions²¹⁴. L'onglet « *vidéos* » renvoie vers le site *Arte+7* ou la plateforme vidéo d'Arte. Enfin, le dernier onglet « *Arte et moi* » offre la possibilité de s'inscrire à la *newsletter* d'Arte et de créer son profil. La *newsletter* recouvre des thèmes aussi différents que « *Politique, société, Europe* », « *Culture & musique* », « *Cinéma* », « *Savoir & environnement* », « *Histoire* », ou encore « *Savoir vivre* ». Un « *label culture* » est également proposé, qui regroupe différents centres d'intérêts : « *opéra* », « *cirque* », « *théâtre* », « *rock & pop* », « *danse / ballet* », « *musique classique* », « *Jazz / blues* » et « *cinéma muet* » sont ainsi proposés, sans qu'il n'y ait de grande cohérence.

Depuis sa création, le site a connu une première modification en 2004, suivie d'une seconde en 2008. Ce site joue sur l'interactivité, puisqu'il propose de nombreux jeux et concours. Le téléspectateur peut également créer son blog, ou encore participer à un forum

215

. Le site d'Arte a été réalisé par un studio français, qui s'est largement inspiré du site Apple pour sa conception. La structure des pages du site est constituée de six parties : le haut de page, le menu, la zone de repérage, l'image d'accueil, la partie centrale de la page et le bas

216

de page²¹⁶. Cette mise en page reste globalement la même pour tout le site, ce qui simplifie la navigation. La partie centrale de la page d'accueil est elle-même découpée en plusieurs parties qui renvoient vers des programmes, des vidéos, des concours, ou encore vers les autres sites d'Arte. Le site est fortement hypertextuel, c'est-à-dire que les articles renvoient généralement à d'autres articles, ou même à d'autres sites artésiens. Mais, alors que les liens vers le forum étaient encore nombreux il y a peu, ils semblent avoir tous disparus aujourd'hui, ce qui complique son accès.

Le site favorise une navigation au gré des envies de l'internaute, car la navigation est peu codifiée, un même article se trouvant à différents endroits, et différentes possibilités

²¹³ Plaquette Arte 2010, p26

²¹⁴ Pour l'étude de ces pages, voir dans la sous-partie précédente portant sur les émissions d'Arte.

²¹⁵ Ce qui, comme nous l'aborderons plus tard, joue un grand rôle dans notre conception de la citoyenneté.

²¹⁶ L'ensemble des éléments visuels qui seront évoqués au cours de cette partie se trouvent en annexe n°15.

s'offrant à l'internaute. Il y a une redondance des liens qui permet à l'internaute de conserver une grande liberté, mais qui complexifie malheureusement la lecture du site et le rend plus difficile d'accès. La navigation se fait en effet par association d'idées, ou par hasard grâce aux liens proposés aux internautes à la lecture d'un article, parfois sans grande cohérence. Le but d'une telle présentation est de pousser à la curiosité et renforce la politique artésienne. Cela correspond également à l'ouverture d'esprit et à la notion d'information et de partage de savoirs que nous associons à l'idée de civisme, mais il est dommage qu'une autre navigation, plus conventionnelle, ne soit pas possible dans le même temps, ce qui permettrait aux internautes de se retrouver plus facilement dans le site. En effet, cette politique de structuration a tendance à rendre le site difficilement lisible, et plusieurs personnes s'en sont plaintes lors de la réalisation de notre questionnaire. Seule la rubrique programmes semble plus facilement compréhensible, mais elle n'intervient que pour rappeler les programmes de la chaîne, ou renvoyer vers certaines émissions.

Le graphisme d'Arte est issu d'un long travail, avec souvent une harmonie entre l'image principale et le fond du site, parfois avec des rappels, ou même des fondus. Le fond constitue parfois une œuvre d'art en soit, ce qui est en parfait accord avec la mission culturelle d'Arte. Mais si le site marque un fort dynamisme, sa sobriété n'est pas sans rappeler celle du site Apple. On retrouve la même conception de la barre de menu. Un menu discret développe un large menu lorsque nous le survolons, un menu parfois si long, notamment en ce qui concerne l'onglet « *Evènements* », que l'internaute doit faire défiler le menu pour le lire dans son intégralité, ce qui manque de praticité. De plus, si les onglets permettent d'avoir accès à de nombreuses informations, ils se referment à chaque changement de page, ce qui empêche l'internaute de véritablement personnaliser sa page. Arte présente cependant un contenu particulièrement riche, mêlant les types d'informations comme leurs supports. Cette richesse présente l'inconvénient d'alourdir le site, ce qui nuit à la vitesse de chargement de la page, qui se fait parfois attendre. De plus, ce site comporte de nombreuses animations *flash*, de non moins nombreuses images, et un grand nombre de vidéos, c'est pourquoi il n'est pas facilement accessible à tous les publics, et notamment aux déficients visuels. Certaines personnes sont tenues à l'écart du site d'Arte : soit à cause d'une connexion trop faible pour accéder à un site d'une telle richesse, soit du fait de leur handicap. Globalement, le site *arte.tv* présente malgré tout l'avantage d'être très riche en contenu, comme le lui impose sa mission d'information. C'est un site culturel, dont la qualité ne dément pas la réputation d'Arte. Son manque de lisibilité et d'accessibilité constitue t un frein à sa promotion du civisme.

ARTE+7

Arte+7 présente un service de rattrapage depuis 2007 : toutes les vidéos diffusées par Arte –et dont la chaîne possède les droits– sont librement accessibles sur le site pendant une semaine. Cela présente l'avantage de permettre à ceux qui n'ont pas la télévision ou qui n'ont pas pu voir une émission de la récupérer par la suite. Les vidéos sont facilement accessibles : par date, par programme, par classement, par genre, par émission ou encore par événements. Elles sont également classées en fonction de leur succès : « *les plus vues* », « *les mieux notées* », « *les plus commentées* », « *les plus partagées* », « *les plus récentes* », et « *dernière chance* ». L'internaute a également la possibilité de créer sa propre *playlist*, ce qui lui permet de classer les vidéos en fonction de son intérêt pour elle et de leur date de parution. Il est possible de rechercher directement une vidéo en tapant son nom. Les internautes peuvent noter les vidéos, les commenter, les « *aimer* » sur *facebook* ou *tweeter*, les partager sur différents sites Internet, les envoyer à un ami. Lors du visionnage d'une vidéo, des vidéos similaires sont proposées. Les statistiques de la vidéo observée ainsi que

des informations sur la vidéo sont elles aussi disponibles. Enfin, l'internaute peut choisir sa langue de visionnage, comme la langue du menu. Le site est interactif, mais bien plus facile d'utilisation que le site *arte.tv*. Mais le site est parfois un peu lent à charger une page, et les vidéos souvent interrompues. On peut pourtant considérer que ce site, par ses services et sa facilité d'accès, vient conforter le civisme de la chaîne, d'autant plus que sa qualité reste largement supérieure à celle des autres sites de rattrapage des chaînes publiques.

ARTE Créative

Arte créative a été officiellement lancé par Arte en début d'année. Ce site est une plate-forme dédiée à la création visuelle et au numérique. Arte la présente ainsi dans son communiqué de presse du 9 mars 2011²¹⁷ :

Tout à la fois vivier, réseau et laboratoire d'incubation, cette plate-forme, internationale et interactive, offre un espace d'expression aux jeunes artistes issus de différents univers : nouveaux médias, Street art, Net-art, graphisme, photographie, mais aussi jeux vidéo, design, architecture, pub... Venus d'Europe et bientôt du monde entier, ces créateurs émergents sont accompagnés par des artistes référents qui endossent le rôle de tuteurs. Les échanges des uns et des autres créent des synergies. Chaque jour, ARTE Creative mettra en ligne deux à quatre nouveaux projets, les œuvres présentées sur le site ayant toutes en commun l'exigence et la qualité.

Ce site est un site participatif, qui permet à chacun de s'exprimer à travers différents médias audiovisuels et numériques, et de profiter d'une aide adéquate. Chacun peut créer ses vidéos et profiter de celles des autres. Ce site est citoyen dans tous les sens du terme, car il crée à la fois un espace public où chacun est libre de s'exprimer, un espace d'apprentissage et un espace de rencontre. Sa facilité d'usage permet un accès à tous, grâce aux nombreux onglets et à l'aide apportée à l'internaute tout au long de sa visite, notamment grâce à des questions ludiques « *Savais-tu ?* ». Chacun s'y exprime dans sa langue, ce qui rend parfois l'échange un peu difficile, mais non moins intéressant. Enfin,²¹⁸ certaines créations sont reprises par Arte, ce qui donne une certaine visibilité aux artistes. L'échange d'information, la création d'un espace d'apprentissage et l'ouverture à d'autres pays promeuvent le civisme.

ARTE Live Web

Arte Live Web présente différents types de concerts. Les internautes peuvent accéder à leurs vidéos en fonction du type de vidéos et peuvent les noter, les commenter et les partager. L'organisation du site étant relativement similaire à celui d'*Arte+7*, nous ne répreciserons pas ici ce mode de fonctionnement. Nous relèverons uniquement qu'il fournit la possibilité aux internautes d'accéder à de nombreux concerts et de s'exprimer à propos de ces concerts, et qu'il offre également la possibilité aux professionnels du spectacle d'y apparaître. L'accès au site est aisé et le site est facile à utiliser.

ARTE VOD et ARTE Boutique

Arte VOD constitue un service de vidéo à la demande. Ce service est accessible sur internet, mais également à la télévision. L'internaute est guidé lors de sa première visite, ce qui lui permet de comprendre rapidement le fonctionnement du site, qui paraît un peu

²¹⁷ Disponible à cette adresse : http://www.artepro.com/fr_fichiers/fichiers/03542995.pdf

²¹⁸ Ainsi, le fond d'écran présenté en annexe n°14 illustrer la saison « *Summer of girl* » provient-il d'une création d'Arte Créative.

chargé à la première visite. Ce service est payant, mais permet d'obtenir à moindre coût (généralement autour de 3[€]) des émissions qui seraient difficiles à obtenir par ailleurs. En tant qu'accès à l'information, ce site peut présenter un certain aspect de civisme, mais cela ne constitue pas pour autant un élément indispensable, c'est pourquoi nous ne nous étendrons pas plus sur ce site. De la même façon, *Arte Boutique* permet de commander des DVD, des livres, ou encore des objets dérivés de la chaîne, cette fois-ci aux prix courants du marché. Nous relèverons un élément positif : un onglet est tout particulièrement consacré aux sourds et aux malentendants.

ARTE Radio

Arte Radio est une webradio à la demande, fondée en 2002. On y trouve de très nombreux fichiers audios, qu'il est possible d'écouter librement, sur ordinateur comme sur téléphone. Le site existe en version simplifiée pour les aveugles et les malvoyants. De plus, il est accessible en anglais et en allemand, mais aussi en espagnol et en chinois. Toutefois, les émissions ne sont diffusées qu'en français, anglais, allemand ou espagnol, seul le menu étant disponible en chinois. On y retrouve de la musique, comme des actualités, des reportages, des documentaires, des fictions, des chroniques, des créations...Etc. L'usage du site est instinctif et encore une fois, l'internaute a la possibilité de sélectionner ses émissions préférées. Enfin, un forum permet aux utilisateurs de réagir au site et de créer ses propres émissions radios.

Arte-Blogs/ Radio-Blogs

Nous traiterons ces deux sites ensemble, dans la mesure où ils présentent les mêmes caractéristiques. Ces deux sites sont simples d'accès et permettent aux internautes de s'exprimer sur une interface qui leur est propre. Des aides leur sont proposées et les blogs sont tous répertoriés en fonction de leur sujet. Cette liberté d'information et de parole permet aux internautes de se former à l'exercice de la citoyenneté, et en tant que tel, nous pouvons considérer que ces sites sont promoteurs du civisme, même s'ils ne constituent pas à proprement parler de véritables interfaces d'échange.

Nous ne traiterons pas du site *Arte Pro* dans cette partie, dans la mesure où il s'adresse aux professionnels des médias et non à l'ensemble des citoyens. Nous pouvons cependant remarquer que ce site permet d'obtenir rapidement des informations sur Arte et témoigne d'un souci d'information et de transparence de la chaîne. Globalement, l'ensemble des sites d'Arte, bien qu'ils soient parfois difficiles d'usage ou lents à charger, répondent à la définition de la citoyenneté, et tâchent de présenter de nouvelles offres aux citoyens, afin de mieux répondre à ses attentes. Seul le manque d'information en ce qui concerne le forum affaiblit cette promotion du civisme.

L'ouverture à un nouveau public

Grâce à son ouverture sur Internet, Arte est à même de toucher un public plus large. En effet, ce ne sont pas nécessairement les personnes qui ont une télévision qui vont suivre Arte sur Internet. Ainsi, au cours de notre questionnaire, nous avons pu observer les écarts suivants : alors que chez les personnes qui ont une télévision, à peine plus de 20% des personnes connaissent les sites Internet reliés à Arte, ils sont près d'un tiers à les connaître lorsqu'ils n'ont pas de télévision²¹⁹.

²¹⁹ Voir les résultats du questionnaire en Annexe n°11

Les sites Internet permettent de toucher un nouveau public, car aujourd'hui, de nombreuses personnes n'ayant pas de télévision ont cependant Internet. Par ailleurs, certaines personnes qui ont la télévision préfèrent les sites Internet à la télévision, et c'est pourquoi Arte peut toucher un public qui recherche quelque chose d'autre que de simples programmes. Ainsi, une des personnes témoigne dans son questionnaire : « *Je préfère les sites à la télévision, un peu vieillotte, alors que les sites sont plus modernes et interactifs. En plus, les vidéos sont souvent mieux que celles diffusées par la chaîne* », « *Je ne regarde pas la télé, je préfère regarder les programmes sur Internet, cela me permet de sélectionner ce qui m'intéresse* » ou encore « *Arte+7 remplit une fonction importante pour moi parce que cela me permet d'accéder par Internet à des films non commerciaux, des films d'art et d'essai, qui sont souvent méconnus et d'une très grande qualité* ». Que ce soit grâce à la présentation d'Internet et à son interactivité ou parce que les personnes n'ont normalement pas accès à la télévision, de nouveaux publics se sentent concernés par les sites Internet d'Arte, qui leur permettent soit de récupérer le contenu de la chaîne, soit d'avoir accès à d'autres informations. Enfin, les sites Internet semblent mieux convenir aux internautes que la chaîne ne convient aux téléspectateurs. Les internautes utilisent plutôt fréquemment les sites Internet, qu'ils aient une télévision ou non, et ils apprécient clairement les services présentés, même si cela est encore plus marqué chez les personnes qui n'ont pas la télévision.

Grâce à ses différents sites internet, Arte arrive à toucher ses téléspectateurs d'une manière différente, et réussit à les combler en matière de recherche d'information et de connaissance. Cependant, nous pouvons regretter un manque de véritable échange, puisque la majorité des téléspectateurs n'utilisent pas les possibilités d'interaction qui leur sont proposées. Toutefois, l'échange apparaît comme plus facile qu'avec la chaîne elle-même, car si seules 8% des personnes ont déjà contacté la chaîne Arte, elles sont plus du double ou du triple à avoir déjà réagi sur le site. Cette différence apparaît encore plus fortement lorsque nous ne comptons pas les personnes ayant cherché à travailler pour Arte comme des personnes ayant déjà contacté la chaîne : c'est le cas pour le tiers d'entre elles. Si les téléspectateurs sont encore dans une période d'adaptation, où ils rencontrent des difficultés à exploiter au maximum les possibilités que leur offre Arte (et n'arrivent donc pas à créer leur propre espace public, où ils pourraient discuter ensemble), ils sont déjà plus nombreux à utiliser ces moyens. Le manque de civisme provient à la fois de la chaîne, mais aussi des téléspectateurs, qui ne sont pas encore tous prêts à se lancer dans des débats. Cependant il est assez encourageant de remarquer que parmi les personnes qui ont déjà laissé un commentaire ou noté une vidéo, près des trois quarts ont réitéré cet exercice. Cela peut nous faire penser qu'une fois le premier essai fait, le dialogue est assez facile à animer. Nous ne pouvons que le souhaiter, et espérer que les échanges entre la chaîne et ses téléspectateurs ne cesseront d'augmenter.

A quand un véritable forum?

Comme nous l'avons mis en évidence au cours de l'analyse que nous avons fait des sites d'Arte, les forums sont quasiment absents de ces derniers. Un forum actif et général existait auparavant ²²⁰, mais depuis qu'il n'est plus référencé sur le site *arte.tv*, ce forum semble presque à l'abandon. La connexion n'y est d'ailleurs plus adaptée : après avoir passé près de trois semaines à chercher de nous y connecter sans succès, nous avons dû nous résigner. Les dernières discussions sont presque éteintes, seuls quelques téléspectateurs se mettent encore quelques commentaires, mais la plupart des commentaires récents sont

220

<http://agora2.arte.tv/>

des publicités. Aux vues du manque d'interactions entre la chaîne et ses téléspectateurs, nous pourrions nous demander en quoi la présence de ces forums est si essentielle au bon exercice de la citoyenneté. C'est à cette réponse que nous tenterons de répondre ici, en expliquant pourquoi ces forums nous semblent essentiels à la chaîne, ce qu'ils lui apporteraient, et quels sont les manques de citoyenneté qui résultent de l'absence de forum, tout en mettant en évidence certains risques liés à la mise en place de tels forums.

Depuis quelques années, avec le développement de la notion de démocratie participative, qui tente d'impliquer les citoyens dans les prises de décisions politiques, se développe également une nouvelle conception de la démocratie, et, de ce fait, une nouvelle

conception de la citoyenneté et de ses manières de s'exprimer. Ainsi, la délibération²²¹ fait-elle son entrée sur le net. Le forum apparaît aujourd'hui comme un espace public délibératif qui viendrait en quelque sorte remplacer l'ancienne agora. Cependant, pour que cet espace public prenne forme, encore faut-il mettre une certaine structure et des règles de procédures en place, ce qui constitue une véritable implication pour la chaîne, car il ne s'agit pas uniquement de permettre aux citoyens de s'exprimer, mais également de donner un certain cadre aux discussions. En effet, la communication entre les citoyens ne devient constructive que lorsqu'un sujet initial pertinent a été proposé par les internautes et que les responsables du forum ont pu constituer à partir de là un véritable sujet digne d'être étudié. Le débat s'effectue d'autant plus librement que l'anonymat généralement préservé sur les forums permet aux gens de s'exprimer sans contraintes sur le site. De plus, les personnes ont tendance à s'engager et à se prononcer à proportion qu'elles sont conscientes que leur

message sera lu et pris en compte²²². Plusieurs conditions sont nécessaires au succès d'un tel forum : il faut que les sujets soient correctement étudiés, que les propos soient contrôlés sans pour autant prendre la forme d'une censure. Il faut également que les personnes puissent s'exprimer librement, et donc anonymement, tout en étant conscientes que leur avis sera pris en considération. En effet, un espace de délibération ne peut fonctionner que

si « le citoyen comprend que la polis c'est lui et que son destin dépend de lui »²²³. De même, dans le cas d'un forum sur un site d'Arte, le citoyen doit comprendre que son avis a réellement de l'importance et peut avoir un impact, soit parce que le débat pourra être réellement porté sur une place publique plus importante que le débat du forum lui-même, qui pourrait être repris par la chaîne elle-même, soit parce que cela lui permettra d'agir sur la structure ou le fonctionnement de la chaîne²²⁴.

²²¹ Nous entendons ici le délibératif comme « une méthode (étymologiquement le chemin à suivre) de débat mettant en jeu la raison communicationnelle », comme le définit Claudine Ducol dans son article *Le délibératif comme outil de la raison communicationnelle* in *Méthodes et conduites du débat public, Les cahiers de Jéricost* n°3, CEDP, Université de Tours, Décembre 2000, p69

²²² En effet, l'anonymat n'est pas ici à comprendre comme l'anonymat du nombre mais comme l'anonymat de la personne. Cette nuance est importante dans la mesure où l'anonymat du nombre a lui au contraire tendance à pousser les foules à un désengagement, comme nous l'explique J. Fishkin : « Si je possède un droit de vote parmi le pays tout entier, alors j'ai peu de raisons de m'engager dans le débat. Ma participation devient anonyme parce que je suis littéralement perdu dans la multitude. » extrait de : *Vers une démocratie délibérative : l'expérimentation d'un idéal*, in *L'opinion publique, Hermès* n°31, 2001

²²³ C. Castoriadis, *La polis grecque et la création de la démocratie*, in *Les carrefours du labyrinthe*, tome 2 – Domaines de l'Homme, Seuil, 1986 ; Seuil Points Essais, 1999, p 325-382

²²⁴ Dans la présentation de son forum, Arte avait d'ailleurs bien tenté de faire passer ce message : « Vous avez des questions sur la programmation, sur les émissions ? Des remarques, des suggestions ? **Nous regardons ceux qui nous regardent !** »

En effet, ce qui doit se mettre en place à travers ce forum, c'est en réalité un moyen de créer « *une pression plus accentuée sur les centres de décision et sur les décideurs, grâce surtout aux possibilités offertes par l'ensemble des nouvelles technologies* »

²²⁵ de communication », c'est-à-dire les forums, mais aussi la télévision, les sites d'informations...etc. L'espace de délibération ne doit donc pas s'arrêter au forum, qui ne devrait être qu'un point de départ au relais des différentes opinions. Il s'agirait d'espaces

²²⁶ publics partiels, pour reprendre le concept habermassien. Les forums seraient en réalité des espaces de reconquête, où, par le biais de l' « *éthique de la discussion* », les citoyens pourraient créer ensemble un réseau qui serait capable de modifier les liens existants entre la société civile et le système politique (mais ici également le système médiatique), et donc de mettre en place un nouvel équilibre des pouvoirs. Ce nouvel équilibre ne concerne pas que l'Etat lui-même, mais aussi ses institutions, car les technologies de l'information et de la communication (TIC) doivent permettre un « *recours aux technologies pour améliorer* »

²²⁷ la capacité des institutions », qui concourent en partie à la gouvernance de l'Etat. Le forum pourrait remettre en question le fonctionnement d'Arte, ce qui peut expliquer en partie la friosité de la chaîne vis-à-vis de ces espaces de communication. Pourrait alors se développer une nouvelle approche de la citoyenneté, que nous évoquerions comme une « *cyber-citoyenneté* », comme l'avait évoqué en 2007 le site *démocratie électronique*

²²⁸. Cette posture vise à remettre en question les sphères actuelles de pouvoir politique, en prônant pour des modèles toujours plus participatifs, modifiant les relations entre les citoyens et l'Etat. Certains poussent également la réflexion autour de la question du rôle

²²⁹ des médias en tant que médiateur entre la sphère politique et les citoyens. Le rôle des médias serait alors de faire le lien entre citoyens et la sphère politique, en leur offrant un espace où s'exprimer.

En même temps que le forum permet de créer un espace public, ce dernier a un rôle formateur pour le citoyen, comme nous l'explique Mary Wilson :

Les théoriciens de la participation directe prônent l'habilitation des individus et en plus des résultats, ils préconisent les effets éducatifs et psychologiques du processus. En participant au processus, les citoyens s'actualisent et créent la société démocratique.

²³⁰ Le forum permet à la fois d'intégrer les citoyens dans le processus de décision, mais également de leur rappeler en quoi et pourquoi ce processus est important. Il leur permet de

²²⁵ *La démocratie électronique : de nouveaux concepts et expériences politiques*, S. Rodota, Apogée, Rennes, 1999

²²⁶ Nous nous appuyons ici sur l'ouvrage de J. Habermas, *L'espace public : archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*, Payot, Paris, 1996.

²²⁷ *Vers un Québec branché pour ses citoyens*, Gautrin, 2004, *Rapport sur le Gouvernement en ligne*, Gouvernement du Québec.

²²⁸ <http://democratie-electronique.org/>

²²⁹ Sur sujet, nous pouvons par exemple citer le livre de Cyril Lemieux, tiré du blog qu'il tenait en 2007 à l'occasion des présidentielles : *Un président élu par les médias ? Regard sociologique sur la présidentielle de 2007*, Presses des Mines, 2010

²³⁰ « *La société en réseaux favorise-t-elle la démocratie participative ?* », Mary Wilson, 2002, dans *Citoyenneté et participation à l'ère de l'information, sous la direction de Manjunath Pendakur et Roma Harris, Montréal, Éditions Saint-Martin*

confronter leurs idées et de se construire de nouvelles idées à partir de cette confrontation. Ce type d'interaction n'étant pas encore courant, il entraîne un apprentissage de ce type de prise de parole, et pousse le citoyen à entrer dans « *une démarche formelle d'universalisation des propositions et des opinions particulières* »²³¹. Il ne s'agirait pas d'un simple échange, le forum pourrait ouvrir de nouvelles perspectives aux citoyens, leur apprendre à faire usage de leur citoyenneté, leur montrer les conséquences de leurs actes. Ainsi, certains citoyens s'inquiètent de voir qu'Arte « *ne cache plus ses opinions (politiques ?) pour tout ce qui touche l'écologie, la mondialisation, la politique internationale et le reste* »²³², ou encore affirment qu'ils ne sont « *pas d'accord avec le positionnement politique et idéologique de la chaîne* »²³³. Nous n'y voyons pour notre part aucune raison de craindre d'affirmer ses opinions politiques, à condition que ce point de vue soit le résultat de l'ensemble des citoyens s'étant exprimés sur le sujet, ou que ces opinions puissent être soumises à débat.

Enfin, et tout particulièrement dans le cas d'Arte, la mise en place de forum permet à différents types de public de se rencontrer. En effet, les médias ont parfois un rôle de survie identitaire, dans la mesure où certains médias, s'éloignant de la voie généraliste, permettent à certaines personnes de se retrouver. C'est ce que dit une de nos sondés lorsqu'elle affirme qu'elle regarde Arte car « *c'est une chaîne diffusée en Europe que je peux regarder lors de mes déplacements* »²³⁴. Arte remplit un rôle de média identitaire lorsqu'elle « *assure le maintien des liens entre des groupes géographiquement dispersés* »²³⁵. Elle devrait cependant renforcer ce rôle de média identitaire en le portant à nouveau réellement sur la toile et en permettant à des citoyens de différentes origines de confronter leur conception de la citoyenneté et d'engager ensemble le débat sur différents sujets. Ainsi, l'existence d'un forum actif nous semble important, en tant qu'il permet une libre circulation des points de vues et de l'information (les TIC ont ainsi joué un grand rôle dans la révolution arabe cette année) et parce qu'il permet de constituer un nouvel « *espace de confrontation entre acteurs et logiques antinomiques qui fondent les références, les cultures politiques, les identités qui déterminent les acteurs de la sociabilité politique* »²³⁶.

Pourtant, certaines mises en garde peuvent être dressées à l'encontre du forum. En effet, la mise en place de débat en ligne présente un danger si sa surveillance, au lieu d'être confiée à un expert, est confiée à un quelconque logiciel, car dès lors, la spécificité de l'échange humain s'en trouve altérée. On pourrait ainsi craindre « *une mutation de l'ensemble des modalités culturelles et politiques de régulation des pratiques sociales* »

²³¹ Les intelligences citoyennes. Comment se prend et s'invente la parole collective, M. Hansotte, 2002, Bruxelles, Editions deBoeck Université

²³² C'est ainsi qu'est lancé le débat sur Arte sur le forum posté à cette adresse : <http://chaines.television.online.fr>

²³³ Réponse d'un sondé à notre questionnaire (l'ensemble des réponses des sondés est disponible en annexe n°1).

²³⁴ Réponse d'un sondé à notre questionnaire (l'ensemble des réponses des sondés est disponible en annexe n°1).

²³⁵ Médias et diasporas, D. Dayan, *Cahiers de médiologie*, n°3, 1997

²³⁶ C'est ainsi que B. Lamizet a défini l'agora lors du Colloque de Tours sur « *La situation délibérative dans le débat public* » qui a trouvé lieu des 14 au 16 Mai 2003

237

. C'est pourquoi un débat citoyen doit toujours être présenté par un journaliste et que le débat doit être relancé (sous peine qu'il ne meure progressivement comme la dernière *agora* d'Arte), recadré et analysé dans le même temps par ce dernier, car c'est uniquement dans ces conditions que le forum peut avoir son action civique et qu'il gagne tout son intérêt. C'est un travail qui s'annonce long et fastidieux pour le journaliste, mais c'est à ce prix que nous pourrions véritablement parler de la constitution d'un échange public, car dès qu'un forum est laissé aux mains des internautes, le débat a tendance soit à dévier, soit à mourir. La mise en place d'un forum peut s'avérer périlleuse, ce qui pourrait expliquer qu'Arte ait décidé de retirer son forum de son site de référence. Cela est cependant à regretter, car les relations entre la chaîne et ses auditeurs ne sont pas toujours évidentes, comme nous allons maintenant le montrer.

Entre idéal et ressenti

Maintenant que nous avons examiné quelle image Arte cherchait à renvoyer, nous essayerons de sonder quelle différence existe entre cette image, et celle réellement perçue par les citoyens. En effet, la chaîne, en cherchant à se vendre, oublie parfois d'être réellement à l'écoute des citoyens. Les auditeurs ont parfois du mal à se défaire de l'ancienne image de la chaîne, ou encore ont des attentes éloignées de ce que la chaîne souhaite faire. C'est ce décalage que nous allons maintenant évoquer.

Une écoute des citoyens ?

Être à l'écoute des citoyens n'implique pas uniquement de correspondre à l'image que l'on souhaite renvoyer : c'est ce que nous verrons dans cette partie. Tout d'abord, nous chercherons à analyser quelle représentation de la société française Arte donne au cours de ses émissions, grâce à une étude sur la diversité que nous avons réalisée²³⁸, et que nous comparerons à certains résultats obtenus dans une étude similaire du CSA²³⁹. Dans un second temps, nous chercherons à montrer en quoi l'ouverture de la chaîne Arte n'est pas toujours celle que la chaîne souhaiterait mettre en évidence.

Quelle représentation de la société française ?

²³⁷ « La dissolution systémique du monde réel dans l'univers virtuel des nouvelles technologies de la communication informatique : une critique ontologique et anthropologique », dans Bogues, *Globalisme et pluralisme. Communication, démocratie et globalisation*, 2003, sous la direction d'Armand Mattelart et Gaëtan Tremblay, Québec, Les Presses de l'Université Laval.

²³⁸ Pour plus d'information sur la manière dont nous avons mené cette étude, voir notre préface. L'ensemble des résultats sont disponibles en annexe (annexe n°16).

²³⁹ Nous nous appuyons pour cela l'article d'Eric Macé *Mesurer les effets de l'ethnocracialisation dans les programmes de télévision : limites et apports de l'approche quantitative de la « diversité »*, *La découverte / Réseaux*, 2009/5, n°157-158, pages 233-265 ainsi que sur le rapport annuel 2008 du CSA, 2. Le rôle social du Conseil : la télévision et la radio pour tous, premier paragraphe : *la diversité : faire que chaque Français se reconnaisse dans sa télévision et sa radio*. Nous nous appuyons également sur la synthèse de l'Étude de la perception de la diversité dans les programmes de télévision (Paris, CSA, Mars 2008), communiquée dans un dossier de presse distribué lors de la Conférence du 12 Novembre 2008 donnée par Michel Boyon, et qui est disponible sur le site csa.fr

Au sein de cette étude, nous tâcherons de mettre en évidence quelle est la représentation de la société française présentée dans les émissions d'Arte, pour la comparer à la société dans laquelle nous vivons réellement. Nous chercherons à voir dans quelle mesure Arte est représentative ou non de la société française, et si elle est plus ou moins représentative que les autres chaînes. Cette représentativité est essentielle dans la mesure où pour qu'une chaîne parle réellement aux citoyens, il faut qu'ils puissent se reconnaître dans les programmes diffusés, afin de développer le sentiment que cette chaîne s'adresse à eux.

Entre féminisme et phallocratie

Assez paradoxalement, bien que le thème de l'été soit de passer un « *Summer of girls* », les femmes ne sont pas aussi bien représentées par la chaîne que nous aurions pu le croire. En effet, les femmes ne représentent que 34,5% des personnes présentes à l'écran, contre

²⁴⁰ 65,5% pour les hommes. Ce manque de représentation des femmes avait déjà été mis en avant par l'étude du CSA, qui révèle qu'Arte n'est pas plus en retard que les autres chaînes (si nous tenons compte du fait qu'Arte ne diffuse pas de publicité). Cependant, pour

²⁴¹ une chaîne « *qui aime les filles* », Arte ne réussit pas à représenter suffisamment les femmes, d'autant plus que les femmes sont en réalité plus nombreuses dans la population française que les hommes. Cependant, peut-être grâce à ce « *Summer of girls* », les femmes ont chez Arte presque la même répartition que les hommes entre les premiers et les seconds rôles. En effet, elles sont 50,5% d'entre elles à avoir un premier rôle, les autres ayant un second rôle. À l'inverse, en proportion, les hommes ont moins de premiers rôles, puisque seuls 48,6% des hommes ont un premier rôle, et 51,4% d'entre eux un second rôle. Pourtant, si l'on compare la répartition entre les hommes et les femmes en fonction de leur rôle, les hommes restent dominants : ils détiennent 64,7% des premiers rôles (contre 35,3% pour les femmes) et 66,3% des seconds rôles (contre 33,6% pour les femmes). Si ces résultats paraissent dérisoires, Arte obtient de meilleurs résultats que la plupart des chaînes, où les premiers rôles féminins ne sont que 35% et les seconds 39%.

Il n'est pas inutile de remarquer qu'en fonction du genre de l'émission, les femmes sont plus ou moins discriminées. Les femmes sont par exemple peu représentées dans les fictions. À l'inverse, si elles sont peu représentées dans les informations pour les plus grandes chaînes de la TNT, elles sont surreprésentées dans les journaux d'Arte, ainsi que dans ses émissions musicales. Enfin, elles sont présentées dans des proportions respectables dans les documentaires et les magazines artésiens. Cette différenciation en fonction du genre est révélatrice de plusieurs données : premièrement, les femmes sont peu présentes dans les fictions françaises, qui sont de manière générale un facteur défavorable à la diversité. Ces fictions, généralement assez anciennes, marquent une stéréotypisation générale, qui n'est pas directement liée à la chaîne. Dans les documentaires et les magazines, les femmes pourraient être plus présentes, et il est regrettable que ce ne soit pas le cas. Dans le cas d'Arte, cela pourrait être lié au fait qu'Arte interroge avant tout des scientifiques, qui sont généralement plutôt des hommes. La surreprésentation des femmes dans les journaux télévisés et les émissions musicales pourrait être le signe qu'Arte cherche à contrebalancer la tendance sur les émissions sur lesquelles elle peut véritablement influencer. Il est dommage que les émissions musicales soit une des émissions où les femmes ont le plus la possibilité de « s'exprimer », dans la mesure où il ne s'agit pas de véritablement parler, mais plutôt de chanter.

²⁴⁰ Cf. Schéma en annexe n°16

²⁴¹ Ce slogan a été dit et répété tout au long de l'été dans les *teasers* de la chaîne

En outre, les femmes ne figurent pas dans les mêmes catégories socioprofessionnelles que les hommes. Ainsi, il est intéressant d'observer que les femmes sont majoritairement présentes dans des catégories qui ne sont pas nécessairement très flatteuses, et qui relèvent d'une certaine stéréotypisation de la femme. Ainsi, les personnes « *sans activité* » sont pour près de 50% des femmes, alors qu'elles sont moins de 34,5% en moyenne sur Arte. Si les femmes sont légèrement plus nombreuses que les hommes à être « *sans activité* » selon l'INSEE, cette différence n'est pour autant pas aussi marquée. Elles sont très légèrement surévaluées chez les personnes « *retraitées* », légèrement sur-évaluées chez les « *artisans, commerçants et chefs d'entreprises* » par rapport aux moyennes de l'INSEE, et sous-évaluées chez les « *professions intermédiaires* » et « *employées* ». Les « *cadres* » paraissent également sous-évalués chez les femmes, mais rendent compte en cela de la société française. Enfin, elles sont presque inexistantes chez les « *ouvriers* » et les « *agriculteurs exploitants* », mais si elles sont représentées correctement chez les « *ouvriers* » par rapport aux données de l'INSEE, elles sont largement sous-évaluées pour les « *agriculteurs exploitants* ». Les métiers manuels restent très masculins dans l'imagination collective. La différence entre le pourcentage moyen de femme et leurs représentations en fonction de leur catégorie socioprofessionnelle nous semble tout particulièrement inquiétante lorsque nous observons que les deux catégories dans lesquelles elles sont représentées le plus sont celles des personnes « *sans activité* » ou « *retraitées* ». La femme est présentée inconsciemment comme une personne inutile à la société à travers ce schéma, ce qui nous paraît particulièrement grave en termes de respect de la femme, et de civisme. Par ailleurs, les métiers des femmes sont moins souvent précisés que ceux des hommes, ce qui pourrait laisser entendre que leurs métiers sont toujours considérés comme étant moins importants ²⁴².

Les femmes ont aussi tendance à être marginalisées en termes de revenus. En effet, si nous pondérons le résultat obtenu en fonction des répartitions de richesses telles que nous les avons observées ²⁴³, nous pouvons remarquer que les femmes ont tendance à avoir des revenus égaux à la moyenne ou légèrement en dessous pour toutes les catégories « *moyennes* », mais sont très nombreuses à être « *très aisées* » ou « *très pauvres* ». La surreprésentation des femmes « *très aisées* » est en grande partie due aux émissions de *Queens of pop*, dans lesquelles les grandes figures de la chanson – qui ont des revenus très importants – étaient présentes. La surreprésentation des femmes « *très défavorisées* » tient elle en partie à la double-stigmatisation que les femmes connaissent sur Arte : en effet, les femmes sont plus souvent des personnes perçues comme « *non-blanches* » que les hommes. Or, les « *non-blanches* » sont plus souvent plus pauvres que les personnes perçues comme « *blanches* », comme nous le verrons par la suite ²⁴⁴.

En effet, si l'étude CSA révèle que sur l'ensemble des chaînes de la TNT prises en compte, les femmes sont encore moins représentées chez les personnes perçues comme « *non-blanches* », elles sont au contraire plus représentées chez les personnes de couleur sur la chaîne Arte. Elles ne sont moins représentées que chez les personnes perçues comme « *blanches* » uniquement chez les personnes perçues comme « *arabes* », ce qui

²⁴² Cf. Figure 53 et 54 en annexe

²⁴³ Nous tenons à rappeler ici que les données utilisées sont subjectives, mais qu'elles nous permettent de prendre en compte l'ensemble des personnes indexées, et de relativiser le poids de certaines catégories socioprofessionnelles qui n'ont pas la même signification en fonction des pays (voir Préface)

²⁴⁴ Cf. Figure 55 en annexe

peut facilement s'expliquer dans la mesure où les personnes perçues comme « arabes » présentées sur la chaîne Arte sont souvent liées à la thématique de la révolution arabe, majoritairement menée par des hommes. De plus, les personnes représentées sont souvent musulmanes, et ce sont plus généralement des hommes qui s'expriment que des femmes, qui occupent rarement des places stratégiques. Cependant, les femmes représentent 43% des personnes noires qui prennent la parole, 50% des personnes de type asiatiques et 52% des personnes dont le type n'est pas défini²⁴⁵. Si l'on excepte les personnes perçues comme « arabes », les femmes sont représentées de manière presque égalitaire chez toutes personnes perçues comme « non-blanches ». Si cela peut-être considéré comme positif, il ne faut cependant pas oublier, comme nous allons le voir dans notre prochain paragraphe, que les personnes perçues comme « non-blanches » sont elles aussi soumises à la stigmatisation. C'est donc à une double stigmatisation que ces personnes doivent faire face : du fait de leur genre comme de leurs origines.

Enfin, nous avons pu observer que la répartition des personnes selon leurs sexes variait d'un pôle à l'autre. Ainsi, si les Allemands ont une répartition presque égalitaire entre les hommes et les femmes, le pôle strasbourgeois est légèrement au-dessus de la moyenne d'Arte, et Arte France bien en deçà. C'est donc le pôle français qui a tendance à faire largement baisser la moyenne de représentation des femmes. Si cette constatation est plutôt positive pour le pôle allemand, cela montre encore une fois les disparités entre les programmes allemands et français. Cette discrimination est d'autant plus étonnante que les femmes constituent l'essentiel du public de la chaîne, et sont les premières à apprécier cette dernière. En effet, à la question « *Trouvez vous qu'Arte remplit correctement ses fonctions ?* », 12,38% des femmes répondent « *parfaitement* » (contre 9,01% en moyenne), 69,18% d'entre elles répondent « *plutôt bien* » (contre 60,80% en moyenne), elles sont 17,50% à trouver qu'Arte ne remplit qu'« *un peu* » sa fonction (contre 26,19% en moyenne), et seules 0,95% d'entre elles trouvent qu'elle ne remplit « *pas du tout* » sa fonction (contre 4,00% en moyenne). Non seulement Arte a tendance à discriminer les femmes, mais en agissant ainsi, la chaîne s'oppose à celles qui la soutiennent le plus.

De l'ouverture à la « stéréotypisation »

Mais Arte ne se contente pas de discriminer les femmes : elle est également peu à l'écoute de la diversité, et a tendance à discriminer les personnes en fonction de leurs origines supposées. Ainsi, même s'il est assez difficile de savoir si Arte est représentative ou non de la société française, dans la mesure où il n'existe aucune étude de la société française qui prendrait en compte ces facteurs, il est assez facile de comparer certains types d'origines, et d'observer la représentation qui est faite de ces personnes. De plus, à travers les rôles qui sont confiés à ces individus, et les émissions dans lesquels ils sont les plus représentés, nous voyons assez clairement une certaine stigmatisation se profiler. Il apparaît que les personnes perçues comme « non-blanches » sont bien moins représentées que les personnes perçues comme « blanches », assez probablement moins représentées qu'il ne le faudrait au vue de la diversité de la société française. La chaîne

Arte, compte tenu du fait qu'elle ne diffuse pas de publicité²⁴⁷, a tendance à sous-évaluer

²⁴⁵ Cf. Figure n°57

²⁴⁶ Pour cette partie, voir les figures 59 à 74 en annexe

²⁴⁷ Bien que cela ne constitue pas le sujet de notre étude, il est intéressant de relever que les personnes perçues comme « non-blanches » sont presque absente de nos publicités. Cela en dit long sur les critères de beauté et d'idéal qui sont les nôtres.

encore ces personnes par rapport aux autres chaînes. Cela est d'autant plus étonnant que la chaîne présente de nombreux reportages, et qu'elle tenait pendant notre semaine de visionnage une série spéciale « *révolution arabe* ». Si nous tenons compte également du fait que cette étude a été faite deux ans après la précédente, il apparaît que la chaîne Arte a largement tendance à sous-représenter ces catégories.

Sur les graphiques, nous observons que les personnes perçues comme « asiatiques » sont plus discriminées que les personnes perçues comme « arabes » ou « noires ». En effet, ils sont très peu représentés par rapport aux autres personnes. De plus, si Arte apparaît comme particulièrement civique au vue de la représentation qu'elle donne des personnes perçues comme « non-blanches » en termes de rôle donné, ce n'est pas le cas pour les personnes perçues comme « asiatiques ». Ainsi, alors que les personnes perçues comme « non-blanches » ont tendance à se voir majoritairement confier des seconds rôles sur les grandes chaînes de la TNT, ce n'est pas le cas pour Arte, qui a tendance à leur donner la parole, davantage même qu'aux personnes perçues comme « blanches ». Seuls les personnes perçues comme « asiatiques » semblent n'avoir pas le même droit à la parole.

Cette différence est d'autant plus marquante si nous évoquons plus particulièrement les personnes perçues comme « asiatiques » qui ont pris la parole : sur neuf personnes perçues comme « asiatiques », huit d'entre elles sont des Japonais qui se sont exprimés dans l'émission *X :enius* pour évoquer leur passion pour leur chien-robot. C'est tout juste si elles n'ont pas été tournées en dérision par la chaîne. La neuvième personne est en réalité métisse, et a eu pour sa part la parole au cours d'un journal télévisé, en tant que ministre de l'économie allemand. À cette exception près, il apparaît qu'Arte est discriminatoire en ce qui concerne les personnes perçues comme « asiatiques ». En outre, toutes personnes perçues comme « non-blanches » ne sont pas représentées de la même manière, et leurs types socioprofessionnels sont très variables. De manière générale, les personnes perçues comme « non-blanches » ont tendance à être moins bien représentées que les personnes perçues comme « blanches » sur la majorité des chaînes de la TNT, bien que cela varie en fonction du type d'émission. Eric Macé nous livre ainsi ses résultats en ce qui concerne les fictions françaises :

Toujours dans les fictions françaises, la distribution des individus dans les statuts sociaux selon leurs marqueurs ethnoraciaux montre un portrait fortement polarisé. Les personnes vues comme non blanches constituent 11 % des cadres mais 29 % des ouvriers, soit peu de statuts sociaux intermédiaires avec seulement 5 % des professions intermédiaires et 5 % des employés. Si on compare la structure socioprofessionnelle du groupe des personnes vues comme non blanches avec celle du groupe des personnes vues comme blanches, on observe effectivement une double sur-représentation parmi la minorité vue comme non blanche : ces derniers sont proportionnellement plus nombreux à être cadres (55 % vs 41 %) ou ouvriers (10 % vs 2 %) que parmi la majorité vue comme blanche.

248

Pourtant, si Arte a tendance à marquer elle aussi certaine discrimination, cette discrimination paraît plus légère. Certains métiers profitent malgré tout plus de la présentation d'Arte que d'autre. Ainsi, si les « *Artisans, commerçants & chefs d'entreprise* » ainsi que les « *Cadres & Sup* » sont plutôt plus représentés que chez personnes perçues comme

²⁴⁸ Eric Macé, *Mesurer les effets de l'ethnoracialisation dans les programmes de télévision : limites et apports de l'approche quantitative de la « diversité »*, *La découverte, Réseaux*, 2009/5, n°157-158, pages 233 à 265.

« non-blanches », il y a une nette sous-évaluation des « employés » au profit des « agriculteurs exploitants » qui sont très nombreux à être perçus comme « non-blancs ». Cependant, cette surévaluation des agriculteurs est principalement due à une émission de 360° Géo sur le rhum guadeloupéen. Si nous ne prenons pas en compte cette émission, nous pouvons globalement considérer que la répartition socioprofessionnelle est assez juste, presque positive.

Pourtant, nous pouvons nous rendre compte à la lecture de ce schéma que la répartition socioprofessionnelle varie beaucoup en fonction du type de personnes représentées. Ainsi, personnes perçues comme « noires » sont presque discriminées positivement, puisque les « cadres & sup » sont bien plus nombreux proportionnellement chez personnes perçues comme « noires » que chez les personnes perçues comme « blanches ». Les personnes perçues comme « autres » sont elles presque représentées de la même manière que les personnes de type « blanc », bien que les « artisans, commerçants et chefs d'entreprises » et les personnes « sans activité » soient plus nombreuses. A l'inverse, pour personnes perçues comme « asiatiques », il est intéressant de remarquer que la condition socioprofessionnelle n'est souvent pas indiquée. Le nombre de « cadres & sup » apparaît bas, bien qu'il soit relativement élevé si nous ne prenons pas en compte les personnes dont la catégorie socioprofessionnelle n'est pas indiquée. Les « artisans, commerçants et chefs d'entreprises » et « professions intermédiaires » sont plutôt plus nombreux que chez les personnes perçues comme « blanches », mais cela est en partie dû au fait que très peu de personnes perçues comme « asiatiques » ont été indexées. Enfin, de nombreuses personnes perçues comme « arabes » n'ont également pas de professions précisées. Les « cadres & sup » sont moins représentés que chez les personnes perçues comme « blanches », tandis que les « artisans, commerçants et chefs d'entreprises » sont eux plus nombreux. Il apparaît donc clairement que si les personnes perçues comme « noires » sont discriminées positivement, personnes perçues comme « autres » sont plutôt bien représentées, mais personnes perçues comme « arabes » sont discriminées, ainsi que personnes perçues comme « asiatiques ».

Encore une fois, si nous pondérons les résultats obtenus pour les catégories socioprofessionnelles avec ceux obtenus en termes de richesses, nous pouvons remarquer que les personnes perçues comme « non-blanches » sont encore une fois marginalisées. Cependant, cette fois-ci elles le sont relativement peu pour la classe « très aisée », et de plus en plus fortement de « plutôt défavorisé » à « très défavorisé ». Au contraire de ce qui est observable dans les schémas représentant les catégories socioprofessionnelles, les personnes perçues comme « noires » sont ici les plus marginalisées. Ainsi, les personnes perçues comme « asiatiques » sont les moins stigmatisés avec une représentation dans les classes moyennes et plutôt hautes, allant de l' « aisé » au « plutôt défavorisé », mais surtout présent chez les « plutôt aisé ». Les personnes perçues comme « autres » sont ensuite légèrement plus stigmatisées, puisqu'elles sont majoritairement présentes chez les « plutôt défavorisées ». Les personnes perçues comme « arabes » sont présentes dans presque tous les niveaux, exceptées chez les « très défavorisés », mais sont surtout présentes chez les « plutôt défavorisés » et les « défavorisés », et les personnes perçues comme noires, présentes dans toutes les classes, sont excessivement majoritaires chez les « très défavorisés ». Toutes proportions gardées, cette représentation des personnes perçues comme « arabes » et « noires » est à relativiser dans la mesure où ils sont surtout présents dans les documentaires ou les reportages artésiens, et que cela reflète alors la réalité du tiers-monde. Leur représentation est cependant caricaturée, et nous pouvons légitimement considérer qu'Arte ne représente pas objectivement la société française à

travers ce schéma (quand bien même nous retirerions les personnes évoquées dans des documentaires portant sur le tiers-monde).

Enfin, le genre des émissions peut jouer sur la représentation des personnes perçues comme « non-blanches ». Ainsi, les personnes « non-blanches » ne sont pas représentées également dans toutes les émissions, et une différence existe même entre les types de perception des personnes. Les personnes perçues comme « noires » sont surreprésentées dans les émissions musicales, alors que les autres en sont absents, tandis que les personnes perçues comme « arabes » sont bien représentées dans les séries, dont les autres sont absents. Par ailleurs, les fictions sont particulièrement faibles en personnes perçues comme « non-blanches ». La musique et l'information, qui ont déjà été considérées par l'étude du CSA comme des facteurs favorables à la diversité, le sont encore davantage dans les émissions d'Arte. Les magazines et les documentaires, dont nous n'avons pas trouvé l'évocation dans l'étude du CSA, sont également des facteurs favorables chez Arte. À l'inverse, les facteurs défavorables comme la fiction le sont encore plus dans les émissions artésiennes.

Si nous nous penchons à nouveau sur la différence de traitement entre le pôle allemand, le pôle strasbourgeois et le pôle français, nous observons que le pôle allemand présente le plus grand nombre de personnes perçues comme « non-blanches », suivi du pôle strasbourgeois, les Français restant encore bien en deçà

249

Entre enseignement et « intellocratie »

Enfin, Arte ne représente pas véritablement la société française, dans la mesure où toutes les classes sociales ne sont pas également représentées. En effet, de même que sur la majorité des chaînes, les catégories socioprofessionnelles les plus élevées sont également les plus représentées. Les données du CSA sont cependant à nuancer, dans la mesure où l'étude ne prend pas en compte les personnes « sans activité ».

Ainsi, les « ouvriers » sont sous-représentés par Arte comme par la TNT, bien qu'ils le soient légèrement moins sur Arte. Les « employés » sont également sous-représentés sur Arte, et le sont cette fois moins par la TNT (bien qu'ils le soient, si nous prenons en compte que les personnes « sans activité » n'ont pas été répertoriées dans l'étude du CSA). Les « professions intermédiaires », enfin, sont sous-représentées sur Arte, alors qu'elles ne le sont pas sur la TNT. À l'inverse, les « agriculteurs exploitants » sont surreprésentés sur la chaîne, en partie grâce aux documentaires de la chaîne. Les personnes « sans activité », qui n'ont pas été prises en compte dans l'étude du CSA, sont largement sous-représentées sur Arte, qui leur donne une place plus de trois fois moins importante que nécessaire. Les personnes « sans activité » sont ici à la fois les personnes annexées comme « sans activité » et les personnes annexées comme « retraitées ». À l'inverse, les « artisans, commerçants et chefs d'entreprise » sont doublement représentés par Arte, qui prend surtout en compte les « chefs d'entreprise ». Mais la disparité la plus flagrante intervient au niveau des « Cadres & Sup », qui sont six fois plus représentés que nécessaires. Il apparaît que la chaîne Arte n'est pas représentative de la société française. Or, à travers cette image qu'elle renvoie aux téléspectateurs, elle a tendance à sélectionner son auditoire, et à écarter certaines personnes, comme nous allons maintenant le démontrer.

Une facilité d'accès toute relative

Alors qu'une chaîne qui promeut le civisme devrait s'ouvrir à l'ensemble des citoyens, et être accessible au plus grand nombre, l'ouverture de la chaîne Arte reste toute relative. Ainsi, comme nous l'avons vu en première partie, si sa fonction initiale était d'apporter la culture dans l'ensemble des foyers français, son public semble malheureusement s'être progressivement restreint à un public cultivé, d'un certain niveau social élevé et souvent parisien. Mais sa fermeture ne tient pas uniquement à sa fermeture à certaines personnes, mais parfois même à l'ensemble de ses téléspectateurs. Arte est une chaîne qui rencontre des difficultés à s'ouvrir à la discussion, que ce soit au sein de sa structure ou avec ses téléspectateurs.

Des émissions germano-allemandes ou franco-françaises

En effet, Arte n'arrive pas à communiquer au sein même de sa structure, fort complexe, comme nous l'avons vu en première partie. C'est pourquoi toutes les émissions se préparent dans leur pôle, sans qu'il n'y ait de véritable collaboration entre les équipes. Si ce manque de collaboration est relativement peu perçu par les téléspectateurs de la chaîne, puisqu'une grande partie d'entre eux jugent que la chaîne est avant tout franco-allemande, elle nuit à la citoyenneté de la chaîne, dans la mesure où les conflits de la chaîne ont souvent des répercussions à l'antenne et que cela révèle une certaine incapacité de la chaîne au dialogue.

Les émissions présentées par Arte, si elles sont de grande qualité pour la plupart d'entre elles, sont portées sur leurs pays d'origine, et il est aisé de s'apercevoir qu'une chaîne qui plaira en Allemagne ne plaira pas nécessairement en France. Pourtant, la culture de ces deux pays, si elle n'est pas la même, reste suffisamment similaire pour qu'un compromis soit possible. Le conflit permanent entre le pôle français et le pôle allemand d'Arte ne permet pas de trouver ce juste milieu avec toute la finesse qui serait nécessaire. Ainsi, même les émissions les plus typiquement franco-allemandes, comme « *Karambolage* »,

sont en pratique franco-françaises²⁵⁰ ou germano-allemandes. Cela est d'autant plus dommage que les équipes sont elles souvent franco-allemandes. Dès lors, pourquoi ne pas travailler tous ensemble, dans les mêmes locaux, afin de pouvoir discuter, et travailler dans des groupes communs ? En effet, lorsque nous cherchons à définir si Arte est une chaîne qui promeut le civisme, il ne s'agit pas uniquement de savoir si ses émissions ou sa manière d'agir avec les téléspectateurs sont civiques, mais si son fonctionnement tout entier est civique. Or, du moment que les groupes fonctionnent chacun de son côté, nous ne pouvons pas parler d'une chaîne réellement civique, puisque les échanges y sont réduits au strict minimum. Cela est révélateur d'une réelle difficulté d'accès de la chaîne, qui préfère fonctionner à l'aide de pôles, eux-mêmes découpés en micro-structures, elles-mêmes découpées en unité, plutôt que de mettre en place une véritable politique commune.

Or, il ne peut exister de politique commune que si la chaîne devenait véritablement une chaîne franco-allemande, c'est à dire si l'ensemble d'Arte était franco-allemand, et non pas uniquement ses organes les plus importants. Cela permettrait d'une part de réunir l'ensemble des émissions au même endroit, et d'autre part de créer un véritable travail commun. Il ne s'agirait plus uniquement de partager un réseau entre des émissions allemandes et des émissions françaises, mais de créer des émissions franco-allemandes au sein d'équipes franco-allemandes, qui travailleraient elles-mêmes sous une autre forme que celle actuellement usitée. En effet, La stratification des niveaux que nous avons évoquée en première partie empêche tout dialogue entre les deux pays, mais aussi tout dialogue

²⁵⁰ Comme dans le cas de « *Karambolage* »

entre les différentes structures. Pour permettre à Arte de se développer et de développer son identité en tant que telle, Arte GEIE devrait détacher le pôle allemand de Baden-Baden et de l'influence des chaînes allemandes, et obliger le pôle français de collaborer avec le pôle allemand, les pôles devant être amenés à disparaître dans les années à venir. Cela permettrait, grâce à la concentration des effectifs et à l'abandon d'une politique propre à chacun des pays, de créer véritablement une politique de programmation artésienne, ainsi qu'une identité réelle. Mais plus qu'une chaîne commune, c'est le fonctionnement même de la chaîne qu'il faudrait revoir : les textes sur lesquels repose Arte manquent parfois de civisme, mais la pratique de la chaîne tend à éloigner encore plus Arte de cet idéal. C'est pourquoi nous souhaiterions qu'Arte mette en place des groupes de travail, qui

pourraient travailler à partir du forum qu'ils auraient préalablement mis en place²⁵¹. Les émissions seraient retravaillées ou montées à partir des propositions de téléspectateurs, et tout au cours de leur mise en place, les différentes équipes travailleraient ensemble, et n'hésiteraient pas à se conseiller les unes les autres.

La chaîne serait à la fois à l'écoute des citoyens, qui pourraient orienter les émissions dans un sens ou dans un autre, mais également à l'écoute de l'ensemble des personnes qui travaillent au sein de sa structure. Les Français devraient apprendre à parler allemand, mais l'ouverture culturelle recherchée par la chaîne serait ainsi mise en pratique au quotidien, et véritablement ressentie par les différents acteurs de cette chaîne. Le fait de travailler en groupe de travail conséquent permettrait d'augmenter la qualité des programmes d'Arte, et de s'assurer de la clarté de chacun d'entre eux. De plus, il serait même envisageable de mettre en place des discussions avec les téléspectateurs avant la diffusion de certaines émissions. Il serait possible de créer des émissions dont la conception pourrait être débattue avant qu'elles ne soient lancées. Il serait également envisageable de monter une fiction dont le script serait confié à la volonté des téléspectateurs, comme cela avait pu être fait pour la websérie « *Décide-toi Clément !* », une série télévisée interactive, qui avait été diffusée

exclusivement sur Internet²⁵², et dont les téléspectateurs pouvaient choisir la suite des événements de la série. Il serait également possible d'agir ainsi, à moindre échelle, en demandant aux citoyens de décider quel devrait être le thème d'une prochaine émission, quel pays devrait être évoqué dans *Géo 360°*...etc. La chaîne Arte, ainsi révisée, pourrait permettre de créer une télévision véritablement curieuse et étrange, car la citoyenneté n'est malheureusement pas aussi présente dans les médias qu'elle ne devrait l'être aujourd'hui. Arte, par ses excellents programmes comme par le nombre important de ses sites internet, qui développent de plus en plus leur interactivité, devrait profiter de sa situation pour mettre en place une structure réellement moderne et civique. C'est en effet une des seules chaînes dont la situation, la réputation et les moyens financiers permettraient la mise en place d'une telle structure, alors même qu'elle a tendance à gâcher une grande part de ses possibilités en l'accumulation de micro-structures.

Un dialogue impossible

Actuellement, le dialogue semble impossible au sein de la chaîne, comme entre la chaîne et ses téléspectateurs. En effet, de nombreuses personnes interrogées dans notre questionnaire ont évoqué le manque de disponibilité de la chaîne, son manque de réponse aux lettres et aux discussions en ligne, comme la difficulté de contacter la chaîne par mail. Nous ne pouvons que confirmer cette impression des téléspectateurs, dans la mesure où

²⁵¹ En suivant les prescriptions que nous avons déjà évoquées dans notre sous-partie sur le forum.

²⁵² <http://www.decidetoiclement.com/>

nos messages et appels à Arte sont restés sans réponse, et que nous n'avons, pour le moment, toujours pas réussi à nous inscrire à son forum.

Quoiqu'il en soit très peu de personnes ont cherché à rentrer en contact avec Arte. En effet, dans les personnes que nous avons interrogées, seules 8,18% des personnes ont contacté la chaîne, et à peine plus de la moitié d'entre elles ont souhaité réitérer l'expérience. De plus, les personnes étant rentrées en contact avec Arte ont souvent des raisons très éloignées de celle que nous pourrions qualifier de démarche « citoyenne ». En effet, 37% des personnes qui ont contacté la chaîne l'ont fait pour obtenir un travail, et 23% d'entre elles pour obtenir la vidéo d'un programme déjà diffusé (3% des personnes ont également souhaité acheter un DVD). Si cela révèle un certain intérêt des téléspectateurs pour la chaîne et pour ses programmes, leur démarche est cependant uniquement personnelle. 14% d'entre elles l'ont fait pour répondre à la petite question de *Karambolage*, ce qui souligne encore une fois le succès de cette émission. Cela relève cette fois d'un véritable échange entre la chaîne et son téléspectateur, même si la démarche du téléspectateur n'est pas à proprement parler citoyenne. C'est pourquoi nous pouvons déjà féliciter cette démarche, et ne regretter que le fait que les personnes soient si peu nombreuses. 14% des personnes ont également contacté la chaîne pour obtenir des informations à propos d'un programme. Cela montre à nouveau l'intérêt des téléspectateurs pour Arte, ainsi que leur volonté de s'informer. Cette démarche est civique dans la mesure où elle leur permet à la fois d'obtenir une information et de montrer à la chaîne qu'elle pourrait donner plus d'informations sur telle ou telle émission, en élargissant par exemple sa description sur Internet, où les émissions ne sont généralement présentées qu'en une ou deux lignes. Enfin, environ 9% des personnes interrogées ont eu une démarche. 6% d'entre elles parce

²⁵³ qu'elles ont écrit pour se plaindre auprès d'Arte . Ce faisant, elles ont permis à la chaîne de prendre conscience de ses lacunes, et ont peut-être pu contribuer à l'amélioration des programmes. Enfin, 3% des téléspectateurs ayant contacté Arte l'ont fait car ils souhaitaient participer à la présentation d'un nouveau programme à Strasbourg. Cette démarche est révélatrice non seulement d'un réel engouement pour Arte, mais également de la volonté d'en savoir plus sur les programmes et de la volonté de vouloir rencontrer les personnes responsables de ces programmes. Nous sommes donc tout à fait dans le cas d'une démarche civique.

Cependant, au sein des personnes qui ont souhaité contacter la chaîne, plusieurs ont été déçues. « *J'ai envoyé une fois une réponse à une émission sur internet, mais je n'ai jamais obtenu de réponse* », nous a confié une des personnes interrogées. « *J'ai souhaité contacter la chaîne à propos d'une émission, mais je n'ai pas trouvé leur mail sur le site*

²⁵⁴ *arte.tv* » ²⁵⁵, nous a confié une autre personne . De plus, l'accès à la chaîne ne se trouve pas sur l'ensemble des sites Arte, et l'inscription au site requiert une grande patience, puisque nous n'y sommes toujours pas parvenu. Aete s'éloigne toujours plus de son public,

²⁵³ Les plaintes portaient d'une part sur un programme violent et d'autre part sur l'impossibilité de suivre les films en version originale par une malvoyante.

²⁵⁴ Toutes les interventions notées ici ne sont pas disponibles en annexe, car certaines ne nous ont été communiquées qu'oralement.

²⁵⁵ En réalité, il est possible de contacter la chaîne directement sur son site *arte.tv*, soit en se connectant sur le site si la personne possède un profil Arte, soit en entrant son mail. Dans les deux cas, la personne accède ensuite à un formulaire, dans lequel elle doit mentionner la raison de son message, avant de pouvoir écrire quelques mots à la chaîne. Cependant, ce service n'a été mis en place que très récemment.

qui la perçoit pourtant plutôt positivement, même si leur conception d'Arte s'éloigne souvent de la véritable image de la chaîne.

Comment la chaîne est-elle perçue par les téléspectateurs ?

Après avoir montré qu'Arte n'est pas toujours à l'écoute des téléspectateurs comme le devrait, nous allons maintenant chercher à analyser la manière dont la chaîne est perçue par ses téléspectateurs : la manière dont ils la définissent, ainsi que le public qui s'y intéresse le plus. Nous verrons que la définition présentée par les téléspectateurs n'est pas toujours la même que celle d'Arte, et que les téléspectateurs ne sont pas forcément ceux que la chaîne cherche à toucher en priorité.

Un conflit de définition

Au cours de la première partie, nous avons évoqué à plusieurs reprises la manière dont la chaîne s'auto-définissait. Mais qu'en est-il des téléspectateurs ? Comment conçoivent-ils Arte ? Quelle image la chaîne renvoie-t-elle ? C'est ce que nous chercherons à définir dans cette partie, notamment à l'aide du questionnaire que nous avons réalisé.

Une chaîne culturelle européenne ?

Arte a tendance à se définir avant tout comme une chaîne culturelle européenne, et non comme une chaîne franco-allemande. Pourtant, c'est ainsi qu'elle est définie par de nombreuses personnes. En effet, si elle est majoritairement décrite comme étant « *avant tout européenne* » (par 50,66% des sondés), ils sont tout de même 38,78% à considérer qu'elle est « *avant tout franco-allemande* ». Cela n'est pas particulièrement étonnant, si nous considérons que l'émission la plus appréciée par les téléspectateurs artésiens, ou tout au moins la plus citée dans notre questionnaire, reste *Karambolage*. Arte est perçue comme une chaîne culturelle franco-allemande, bien plus que comme une chaîne culturelle européenne, puisque seuls 10,57% des sondés considèrent la chaîne comme avant tout européenne. Cela est d'autant plus étonnant que les deux questions précédentes évoquaient bien Arte comme une « *chaîne culturelle européenne* », ainsi qu'elle se décrit elle-même. Cette image de chaîne franco-allemande est bien ancrée dans les esprits. Contrairement à ce que pourrait penser Arte, cette image de chaîne franco-allemande joue en sa faveur. En effet, de nombreux interrogés regardent Arte parce que c'est une chaîne franco-allemande : « *Cette chaîne parle beaucoup de l'Allemagne et de ce qui s'y passe. Adorant ce pays, cela me permet d'en savoir plus sur lui* », « *C'est un bon mélange entre la culture allemande et celle de la France* », « *C'est une chaîne qui a des programmes originaux et qui lie la France et l'Allemagne* », « *(Je regarde Arte) pour le côté binational Allemagne/France* », mais aussi parce que « *C'est une chaîne franco-allemande et j'apprécie ce mélange des cultures* » ou encore car « *les programmes proposés sont souvent bilingues* »...etc. Au total, 23 personnes nous ont confié regarder Arte parce que c'est une chaîne franco-allemande, sept pour l'émission *Karambolage*, soit environ 6% des personnes pour son caractère franco-allemand et uniquement 1,6% parce qu'elle a une dimension internationale ou européenne. Arte aurait tort de se priver de son image de chaîne franco-allemande, qui a plutôt tendance à lui rapporter des suffrages.

À l'inverse les téléspectateurs sont unanimes sur le fait qu'Arte soit une chaîne culturelle, mais si ce n'est pas ce qu'ils énoncent comme première raison quand ils expliquent pourquoi ils la regardent. En effet, si 41 personnes la regardent parce qu'elle est culturelle, ils sont 117 à la regarder pour sa programmation, et 111 parce qu'elle est

« *intéressante* ». C'est donc la richesse de ses émissions qui fait avant tout le succès d'Arte, ainsi que le fait qu'elle représente une alternative, une originalité par rapport aux autres programmes (pour 11% des personnes ayant répondu à cette question), 13 personnes regardant même cette chaîne par défaut, mais aussi parce qu'elle présente une ouverture d'esprit remarquable pour quinze d'entre eux. Arte présente « *un autre point de vue* », et « *se distingue des autres par sa fraîcheur et son envie d'aller plus loin* ». La qualité de la chaîne est donc soulignée par 36 intervenants, ainsi que le fait qu'elle soit instructive²⁵⁶, exigeante²⁵⁷, enrichissante²⁵⁸, variée²⁵⁹, intelligente²⁶⁰, pointue²⁶¹, intellectuelle²⁶², étonnante²⁶³, profonde²⁶⁴, passionnante²⁶⁵, ou encore le fait qu'elle pousse à la réflexion²⁶⁶.

. Tout cela incite à croire qu'Arte remplit son rôle de chaîne citoyenne grâce à la qualité de ses programmes : cela lui permet d'être riche en enseignement, et d'aider les citoyens à s'informer. « *Arte est la chaîne qui nous rend plus intelligents* » nous dit-on, ou encore, Arte est « *une chaîne enrichissante qui me permet de découvrir d'autres perspectives de la culture* ». En effet, la dimension de chaîne culturelle se comprend surtout si on entend le sens de « culture » d'une manière assez large. La culture en tant qu'opposition à la nature, celle qui nous permet de nous définir en tant qu'homme dans un premier temps et en temps que citoyen dans un second. Arte nous mène à la « culture » parce qu'elle éduque ses spectateurs. Cela nous permet également de comprendre pourquoi, en comparaison avec les autres termes qui reviennent souvent, celui de « culture » revient finalement assez peu : la vision française de la culture reste majoritairement celle d'une culture classique. En effet, 44,83% des personnes interrogées considèrent que la culture c'est « *la littérature, le théâtre et l'opéra* », 26,49% qu'elle est également « *le cinéma, la musique actuelle et les humoristes* », et seulement « 20,81% » qu'elle est « *la cuisine, l'art de vivre et les questions de société* »²⁶⁷.

L'intérêt des téléspectateurs pour la chaîne est en partie conditionné par les genres de programmes diffusés comme par leurs thèmes. Ainsi, 9% des personnes regardent Arte pour ses documentaires, 5,6% pour ses films, 5% pour ses reportages, et 3% pour ses journaux télévisés. Ils sont également 3% à la regarder pour ses sujets historiques, et quelques-uns pour ses sujets « *philosophiques* », « *de société* », « *économique* », « *artistique* » ou encore « *géopolitique* ». Enfin, si 3 personnes regrettent le manque de films en VO sur Arte, 4 apprécient les quelques versions originales qu'Arte

²⁵⁶ 16 personnes

²⁵⁷ 2 personnes

²⁵⁸ 6 personnes

²⁵⁹ 2 personnes

²⁶⁰ 11 personnes

²⁶¹ 1 personne

²⁶² 3 personnes

²⁶³ 3 personnes

²⁶⁴ 8 personnes

²⁶⁵ 2 personnes

²⁶⁶ 2 personnes

²⁶⁷ La possibilité était donnée aux participants de cocher plusieurs réponses à cette question.

diffuse. Les téléspectateurs recherchent donc avant tout sur Arte des émissions qui pourront leur apprendre quelque chose. Mais certains regrettent justement cette « excellence » artésienne, car ils ont du mal à comprendre les émissions proposées par la chaîne pour 1% d'entre eux, et ont le sentiment qu'elle n'est pas accessible ou qu'elle ne s'adresse pas à eux également dans 1% des cas. Certains la trouvent même « chiant » ou « ennuyante » car trop compliquée (ils sont 6,6% dans ce cas), relèvent son manque d'attrait, sa lenteur, sa redondance, ou encore la trouve trop « pompeuse ». Enfin, près de 2% d'entre eux la trouve démodée ou pas assez dynamique. Si Arte a raison de se définir comme une chaîne culturelle, elle devrait mettre en avant son côté franco-allemand plutôt que son côté européen. Par ailleurs, nous pouvons relever encore une fois un léger manque de civisme, même si la chaîne est plutôt appréciée par ses téléspectateurs, qui « la regarde(nt) moins que les autres chaînes, mais qui la regarde(nt) vraiment », car elle « est le contraire du zapping ». Mais certains se sentent laissés pour compte : elle ne « s'adresse pas à moi », son programme est « un peu aride », bien qu'elle « nous apprenne des choses et nous amène à réfléchir ». Arte a tendance à mettre une certaine partie de son auditoire à l'écart, ce qui explique en partie sa faible audience. Mais au vu des réponses des auditeurs, il apparaît tout de même que la chaîne est appréciée de ses téléspectateurs, et que sa faible audience peut également en partie s'expliquer par le visionnage « actif » des téléspectateurs, qui ont plutôt un visionnage « passif » sur les autres chaînes.

Arte ou France Cinq, le doute demeure

Pourtant, si la chaîne semble appréciée, il est important de préciser qu'elle est particulièrement méconnue à plusieurs niveaux. Ainsi, si la plupart des personnes ne vont pas jusqu'à affirmer qu'ils ne regardent pas Arte parce que « la chaîne est payante », ils sont tout de même nombreux à méconnaître son fonctionnement. Alors que 99,24% des personnes interrogées disent connaître la chaîne et qu'ils sont plus de 70% à la regarder au moins une fois par mois, ils ont parfois du mal à s'exprimer sur la chaîne, autrement qu'à travers l'adjectif « intéressant », « bien » ou « cool ».

En effet, seules 52,48% des personnes interrogées se disent en mesure de citer un programme d'Arte. Pourtant, elles sont encore moins en pratique. Certaines personnes confondent les émissions entre différentes chaînes, ou encore parlent de l'émission sans parvenir à se rappeler son nom, ou même évoquent des types d'émissions (« documentaires », « culture »...etc.). Ainsi, 10% des émissions évoquées ne sont pas des émissions artésiennes, et 8,8% des émissions sont en réalité de France 5. Les téléspectateurs rencontrent des difficultés à séparer Arte et ce qui fut La Cinquième, ce qui s'explique d'autant plus facilement que les programmes sont parfois similaires. Cette confusion va parfois si loin que certaines personnes nous ayant cité des émissions d'Arte se demandent si elles ne sont pas de France 5 : « court circuit karambolage le reste. j'ai peur de confondre avec france 5 ». Ainsi, plus de 4% des personnes ont répondu en citant l'émission *C dans l'air*, qui est une émission qui décrypte « l'actualité sociale, politique et culturelle qui rythme notre quotidien ». Les autres émissions citées, *Echappées belles* et *Les maternelles* (toutes les deux à hauteur d'environ 1%) sont des documentaires, le premier sur les voyages et le second sur les enfants et/ou la grossesse. Qui plus est, *Echappées belles* peut faire écho pour certains à la catégorie *Echappées culturelles* d'Arte. Enfin, *C à vous*, *Midi les zouzous* et *J'irai dormir chez vous* sont également cités plusieurs fois. *C à vous* est une émission où des personnes politiques, des artistes ou tout autre personne renommée sont invitées pour débattre ensemble et permettre à ces personnes de répondre aux questions envoyées par les téléspectateurs. *Midi les zouzous* présente des dessins animés pour les jeunes, qui peuvent être comparés à des émissions comme *Téléchat* sur

Arte. Enfin, *j'irai dormir chez vous* présente les voyages d'un jeune homme qui s'invite à dormir chez des personnes au quatre coins de la planète. Toutes ces émissions présentent certaines similitudes avec la programmation de la chaîne Arte, qui pourraient expliquer pourquoi les personnes se sont trompées. Toutefois, il apparaît que la distinction entre Arte et France 5 n'a pas été faite pour encore plusieurs personnes. L'un d'entre eux le fait même remarquer à la fin du questionnaire et s'excuse de son erreur (nous avons pris en compte sa deuxième réponse et non la première) : « *Excusez-moi mais j'ai fait une erreur dans les programmes. Je vous mets ceux d'Arte et non de la 5 : (...)* ».

Par ailleurs, peu de téléspectateurs semblent s'intéresser au fonctionnement de la chaîne puisque 86% d'entre eux ignorent qu'Arte n'est pas surveillée par le CSA. 23% des personnes restent neutres quant à cela, mais la majorité des Français considère que cela est plutôt positif (31% des interrogés) ou positif (20%). Ils sont tout de même près de 26% à être plus réticents à cette idée. Les téléspectateurs ne sont pourtant pas responsables de cette méconnaissance de la chaîne. En effet, Arte ne diffuse pas elle-même beaucoup d'informations à ce sujet. Seules ces quelques lignes apparaissent sur le site d'*arte.tv*, dans la rubrique des Foires aux Questions:

Etes-vous soumis au contrôle du CSA en matière de diffusion des programmes ? Le CSA, autorité française de régulation audiovisuelle, n'a pas de compétence sur nos programmes. Notre chaîne étant née d'un traité signé le 2 octobre 1990 entre l'État français et les Länder allemands. Deux actionnaires, ARTE France pour la France et Arte Deutschland pour l'Allemagne détiennent chacun 50 % de notre capital. Notre chaîne n'est soumise qu'à la surveillance et au contrôle de nos sociétaires, "à l'exclusion de toute intervention d'autorité publique, y compris d'autorités indépendantes chargées de la régulation de l'audiovisuel dans le pays du siège" (article 1er du traité sus-nommé).²⁶⁸

Les téléspectateurs n'ont donc pas particulièrement d'information visible en ce qui concerne l'absence de surveillance d'Arte par le CSA, ni ce que cela implique. Ainsi, il n'est pas évident pour les téléspectateurs de comprendre la chaîne, tant en termes de programmes,²⁶⁹ qui sont souvent proches de ceux de France 5, qu'en termes de fonctionnement, de connaître bien la chaîne. De ce manque de connaissances naît une profonde difficulté des téléspectateurs de définir Arte, et donc de créer une véritable relation avec elle, ce qui pose naturellement problème. Mais la chaîne arrive-t-elle à mieux définir son public ?

Chaîne citoyenne ou chaîne intellectuelle

Si Arte cherche à apparaître avant tout comme une chaîne d'exception, une chaîne à part et intellectuelle, il est étonnant de constater que ses succès les plus importants sont justement les émissions qui ne sont pas purement « intellectuelles ». Ainsi « *Karambolage* », et « *X:enius* » - qui sont présentés par Arte comme faisant partie de l'ensemble « *Arte Junior* » - font partie des émissions les plus appréciées par les personnes que nous avons interrogées²⁷⁰.

. Cela montre qu'Arte cherche à toucher un autre public (qu'elle ne réussit par ailleurs

²⁶⁸ <http://www.arte.tv/fr/recherche/410912.html>

²⁶⁹ Ainsi, l'émission « *Un billet de train pour...* » trouve son pendant dans l'émission « *Des trains pas comme les autres* », « *Les aventures culinaires de Sarah Wiener* » ont leur équivalent en « *Les escapades de Petitrenaud* » ou « *cuisines des terroirs* » en « *Fourchettes et sacs à dos* », les biographies d'Arte peuvent se retrouver dans « *Empreintes* »...etc.

²⁷⁰ Or, nous n'avons interrogés que des personnes de plus de seize ans.

pas à atteindre car les jeunes enfants sont relativement peu à regarder Arte) lorsqu'elle réussit à toucher ses téléspectateurs. Il faut qu'Arte se mette à parler aux enfants pour que les adultes commencent à l'écouter. Ce fossé est révélateur de l'ensemble des émissions de la chaîne, celles qui sont mises en évidence par Arte étant rarement celles qui ont du succès, et vice-versa. Les grands records d'audience de l'année 2011 sont essentiellement des films de cinéma, mais aussi quelques séries « grand public » comme *Rome*, ou des événements culturels assez généraux comme l'ouverture de la « Fashion week ».

Les téléspectateurs sont en quête de programmes plus accessibles, mais sont à la recherche de la culture et de l'apprentissage que leur apporte Arte. Un autre élément révélateur de cela est que les débats, pourtant peu nombreux, ont été mentionnés par près de 1% des personnes sondées comme la principale raison qui leur faisait regarder Arte. « *Les débats apportent des informations et de la matière à la réflexion en permettant ainsi à notre vision du monde de s'ouvrir* ». Les téléspectateurs artésiens sont à la recherche d'une chaîne citoyenne, comme le reflète également leur réponse à la question « *Vous attendez d'une chaîne culturelle européenne : (...)* ». En effet, ils sont en 40,68% à avoir répondu « *qu'elle vous apprenne des choses* » et 21,15% des personnes attendent qu'« *elle traite des sujets d'actualité* ». 19,20% des personnes souhaitent également qu'elle les « *divertisse* » et 17,41% qu'elle les « *fasse voyager* ». Les téléspectateurs d'Arte recherchent avant tout à se cultiver lorsqu'ils regardent Arte, mais souhaite le faire en y prenant du plaisir : la chaîne devrait mieux suivre la recommandation d'Horace et s'inspirer de son célèbre « *placere et docere* ».

Si la chaîne n'arrive pas tout à fait à plaire et instruire, Arte est cependant appréciée par la majorité de ses téléspectateurs. En effet, si seules 9,01% des personnes interrogées trouvent qu'Arte remplit correctement sa fonction, plus de la moitié des personnes sont convaincues, puisque 60,80% des sondés trouvent que la chaîne remplit « *plutôt bien* » sa fonction. Il n'y a d'ailleurs que 4,00% des personnes qui ne sont absolument pas séduits par la chaîne. Cela s'explique par le fait qu'elle correspond en partie à leurs attentes. En effet, lorsque l'on demande aux téléspectateurs de quoi ils attendent qu'une chaîne européenne parle, la plupart d'entre eux répondent de l'Europe en général (38,37% des sondés) ou de l'Europe dans le monde (35,39% des sondés), bien avant d'évoquer la France dans l'Europe (21,26% des sondés seulement). L'ouverture de la chaîne répond aux téléspectateurs, qui sont de plus en plus nombreux à souhaiter des informations plus tournée vers le monde

²⁷¹

extérieur . Ils sont également nombreux à se réjouir de pouvoir accéder à la culture gratuitement, même si la définition de la culture n'est pas toujours la même selon eux que selon Arte. Cela s'explique en grande partie par le fait que les sondés sont encore nombreux à considérer que la culture n'est pas un produit commercial. Ainsi, 64,58% des personnes répondent que pour eux, la culture n'est pas un produit commercial, quand ils sont 23,29% à affirmer le contraire. 12,12% d'entre eux ne savent que répondre, la plupart des personnes sans avis étant des personnes qui ont précisé qu'elles souhaiteraient qu'elle ne le soit pas, mais qu'elles pensaient qu'en pratique, la culture était généralement un produit commercial. C'est pourquoi les téléspectateurs sont heureux de pouvoir accéder à la chaîne Arte, même s'ils ont parfois du mal à les comprendre, ou à être séduits par certains programmes trop éloignés de ce à quoi ils sont habitués.

Si le fonctionnement et le choix des programmes artésiens fait d'elle une chaîne résolument intellectuelle, elle reste perçue par ses téléspectateurs comme étant avant tout une chaîne citoyenne. Bien que regrettant de ne pas toujours tout comprendre, ou que les programmes soient parfois vraiment trop éloignés de ce à quoi ils sont habitués, les

²⁷¹ C'est d'ailleurs ce qui explique le succès du Journal d'Arte, comme nous l'avons déjà évoqué.

télespectateurs sont en effet plutôt satisfaits d'avoir une chaîne véritablement différentes au sein du paysage audiovisuel français, y compris des autres chaînes publiques. Arte leur permet d'accéder à un nouveau monde et leur permet de découvrir des choses qu'ils ne seraient pas allés voir d'eux-même. Elle leur permet d'accéder à des informations riches, complètes et ouvertes, qu'ils ont du mal à obtenir sur les autres chaînes françaises. Un seul regret se manifeste : le peu de débat, d'autant plus qu'ils sont de bonne qualité lorsque la chaîne en propose.

Conclusion

Au cours de ce mémoire, nous avons évoqué différentes raisons pour lesquelles Arte pouvait être considérée comme une chaîne qui promeut le civisme, et différentes raisons pour lesquelles elle ne répondait pas complètement à nos attentes. Nous avons également cherché à mettre en évidence comment Arte pourrait devenir encore plus civique : nous reprendrons ici nos majeures propositions, et les compléterons par quelques autres.

Une réforme du fonctionnement de la chaîne

Comme nous l'avons évoqué dans notre première partie, le fonctionnement de la chaîne n'est pas tout à fait celui d'une chaîne qui cherche à promouvoir le civisme. Quelles modifications pourrions-nous apporter pour faire d'Arte une chaîne exemplaire ?

Une redéfinition des pôles

Pour qu'Arte retrouve un véritable rôle de chaîne citoyenne, il faudrait qu'elle cesse de répondre à l'expression de Jacqueline Hénard de « *canal de diffusion* », et qu'elle devienne une chaîne active. Pour cela, il faudrait que ses pôles se restructurent. Le pôle français devrait répondre et obéir à la centrale, ainsi que présenter un organigramme clair et complet²⁷²

. Un réel pôle allemand devrait également être créé, qui serait le juste pendant d'Arte-France, et qui se détacherait entièrement des grandes chaînes publiques allemandes. Il aurait son propre fonctionnement, ses propres programmes (qui n'auraient plus aucun rapport avec ceux des chaînes publiques allemandes, et qui ne pourraient être retransmis sur ces chaînes que pour de rares exceptions), et un fonctionnement identique que le pôle français. Les pôles français et allemands devraient travailler en plus grande collaboration, pour permettre une unité de programmation entre la France et l'Allemagne. Enfin, le pôle strasbourgeois devrait s'affirmer d'une manière beaucoup plus forte. Ainsi, il serait plus juste que le pôle de Strasbourg participe à au moins un tiers des programmes de la chaîne, si ce n'est plus. Il devrait également lui revenir de pouvoir décider d'une véritable politique de programmation, que les pôles allemand et français devraient suivre. Toutefois, il serait souhaitable de développer le débat et le dialogue entre les différents pôles, et le travail communautaire devrait donc être encouragé et soutenu par la centrale, qui devrait prendre en compte les avis de chacun.

En ce qui concerne la surveillance des pôles, il semble nécessaire de créer une véritable entité de surveillance de la chaîne. Pour cela, il serait souhaitable que les pôles soient tous surveillés par une même entité, dont les membres seraient nommés de la même manière. Si la France n'est pas habituée au fonctionnement du comité consultatif des programmes, pourquoi ne pas en créer un d'un nouveau genre, propre à la chaîne, qui éviterait d'avoir à choisir des personnes trop proches de la chaîne ? Les personnes

²⁷² Cela devrait être le cas à la rentrée

pourraient être choisies par les téléspectateurs, ou encore tirées au sort au sein de différentes institutions, ou encore choisies parmi des élus. Un comité tel qu'il empêcherait toute partialité de la part de ces membres, et qui permettrait de rendre compte des choix des citoyens. Pourquoi ne pas créer sinon un comité d'un nouveau genre, qui fonctionnerait uniquement grâce à Internet, et où des questions seraient posées régulièrement aux internautes, qui seraient alors directement responsables du fonctionnement de leur chaîne ? Inenvisageable il y a encore quelques années, cette solution serait peut-être aujourd'hui la plus évidente pour tous.

Le franco-allemand ?

Si la notion de franco-allemand paraît encore trop floue aux yeux des membres d'Arte-France, nous leur conseillons d'engager un débat autour de cette notion, le plus rapidement possible. Si tel n'est plus le cas, nous pouvons toutefois nous interroger autour de la volonté de la chaîne de réellement se développer pour devenir une chaîne pleinement européenne. Si ses sujets nous semblent en effet adaptés à la problématique européenne, son ouverture aux autres pays nous paraît être en suspens, surtout dans le contexte actuel de crise européenne. Cela doit-il signifier la fin de toute expansion pour autant ? Rien n'est moins sûr. Arte possède déjà un accord bilatéral avec la Belgique, qui pourrait se développer progressivement, jusqu'à ce que la Belgique devienne à son tour un membre de la chaîne. De la même manière, de nombreux français ont regretté qu'il y ait si peu de documentaires sur l'Autriche. Pourquoi ne pas étendre la chaîne à tous les pays francophones ou germanophones ? Cela serait d'autant plus facile que la langue ne poserait alors aucun problème, et que de nombreuses personnes d'Autriche et de Suisse suivent déjà Arte sur Internet. Nous pourrions ainsi imaginer une ouverture progressive à la Belgique, à la Suisse et à l'Autriche. Arte serait alors une chaîne au cœur de l'Europe, qui s'éloignerait du simple franco-allemand, sans se défaire tout à fait de ce qui a réussi à séduire son public actuel. L'ouverture à ces pays permettrait également de confronter ses opinions à d'autres pays et d'élargir le champ de vision de la chaîne. Enfin, le dialogue pourrait s'établir entre des téléspectateurs de différents pays sans aucune difficulté de communication. L'ouverture à d'autres pays pourrait également passer par la création d'autres Arte, comme *Arte Norden*, qui partageraient des émissions avec la centrale tout en conservant leurs particularités.

Une véritable politique de programmation

La mise en place d'une telle structure permettrait à la chaîne de créer une nouvelle politique de programmation, à la fois plus forte et plus adaptée à l'ensemble des citoyens. Cette programmation pourrait également être plus centrée autour de la problématique de la programmation.

Une programmation plus ludique

Pour faciliter son accès, la chaîne devrait chercher à mieux répondre aux attentes de ses téléspectateurs, et à leur donner un cadre clair, qui leur permettrait de comprendre rapidement les problématiques présentées par Arte. Pour cela, la grille des programmes devrait être plus lisible. Elle pourrait également être présentée et expliquée sur le site

arte.tv, afin que les téléspectateurs puissent déjà la visualiser et la comprendre. Il pourrait également être intéressant de leur donner la possibilité de s'exprimer à propos de cette grille, et les laisser définir ce qu'ils attendraient exactement de la chaîne. Il ne serait par ailleurs pas superflu de veiller à faire en sorte que les programmes constituent des rendez-vous hebdomadaires qui permettraient aux téléspectateurs de nouer des liens avec la chaîne, et de s'habituer à suivre la chaîne à un moment précis. Pour permettre aux auditeurs de mieux accrocher aux programmes présentés par Arte, il serait préférable que la chaîne envisage de proposer plus de programmes courts. En effet, les programmes comme *Le dessous des cartes* ont tendance à mieux séduire le public, car ce dernier arrive plus facilement à soutenir son attention pendant une brève période. En outre, les programmes pourraient, à l'image

de *Karambolage*, être présentés de manière plus ludique et moins « datée »²⁷³. Les programmes seraient alors plus faciles à suivre, plus facilement repérables, et l'ensemble des téléspectateurs pourrait se sentir plus concerné par l'offre d'une telle chaîne. Mais cela serait d'autant plus vrai que la délibération prendrait part à ces programmes.

À la recherche de la délibération

Tout au long de ce mémoire, nous n'avons cessé de relever le manque de délibération de la chaîne. En effet, il nous a semblé important de remarquer que tant au niveau de l'écran qu'au niveau des sites Internet, la chaîne manquait de débats et de discussions. Il serait pourtant essentiel que la chaîne mette enfin en place ces lieux de discussions, dans lesquels des questions pourraient par exemple être posées par les citoyens à des personnes invitées dans des émissions, ou alors mettre en place des débats entre plusieurs experts à l'écran, car l'apprentissage du débat passe aussi par l'observation. La nécessité du débat devrait se retrouver par sa propagation sur Internet, où différents thèmes pourraient être proposés et encadrés, ce qui permettraient aux personnes d'apprendre à discuter et leur donnerait l'occasion de se forger ensemble une idée commune. Des forums pourraient ainsi être proposés, mais pourquoi pas également des discussions en ligne, sous la forme de *chat* ouvert qui permettrait de discuter pendant quelques heures avec des personnes de la chaîne ou des experts sur tels ou tels sujets. Enfin, ces forums pourraient se développer « dans le monde réel », et pourquoi pas être prolongés sous la forme de grandes réunions où conférences et discussions se côtoieraient pour permettre un débat informé et citoyen, à la manière des forums institués notamment par le magazine *Libération* ? Toutes ces possibilités sont envisageables et elles permettraient d'augmenter le civisme de la chaîne, mais également l'intérêt que les citoyens portent à Arte.

Tous ces éléments nous paraissent fondamentaux. En effet, si Arte propose des programmes de très grande qualité, il est regrettable qu'elle ne recherche pas plus l'appui de l'ensemble des Français, car comme toute chaîne, elle a un pouvoir important. Or de chaque pouvoir naît une responsabilité, ce qui n'est pas sans faire écho à la présupposition de

Jürgen Habermas lorsqu'il évoque la citoyenneté²⁷⁴. La citoyenneté ne peut se développer que chez une personne responsable, et il en est de même des chaînes de télévision. Nous appelons donc Arte à faire preuve de plus de responsabilité et d'accepter que son devoir, en tant que chaîne publique, est d'être aussi civique que possible. Car que serait Arte sans la promotion du civisme ?

²⁷³ Remarque faite par l'une des personnes que nous avons interrogée dans le cadre de notre questionnaire.

²⁷⁴ Cf. la dernière partie de notre introduction

Bibliographie

Ouvrages

- Christian BROCHAND, Histoire générale de la radio et de la télévision en France, Tome II 1944-1974, Comité d'Histoire de la Radiodiffusion, *La documentation Française*
- Christian BROCHAND, Histoire générale de la radio et de la télévision en France, Tome III 1974-2000, Comité d'Histoire de la Radiodiffusion, *La documentation Française*
- Jérôme CLEMENT, Le choix d'Arte, ed. Grasset, Paris, 2011
- Evelyne COHEN et Isabelle VEYRAT-MASSON, Télévision, la quête de l'indépendance, Paris, ed. Nouveau monde, 2010
- D. DAYAN, Médias et diasporas, *Cahiers de médiologie*, n°3, 1997
- Alexandre DUPEYRIX, La conception de la citoyenneté chez Habermas, Thèse de doctorat d'études germaniques soutenue le 5.12.2005 à Lyon 2.
- Inge GRÄßLE, Der europäische Kulturkanal Arte, Francfort, Campus Verlag, 1995
- M. HANSOTTE, Les intelligences citoyennes. Comment se prend et s'invente la parole collective, 2002, Bruxelles, Editions deBooeck Université
- Hans KOCH, La politique culturelle en République Démocratique Allemande, Les Presses de l'UNESCO, Paris 1975
- Brigitte LE GRIGNOU, Du côté du public, *Usages et réceptions de la télévision*, Coll. Etudes Politiques, Economica
- Cyril LEMIEUX, Un président élu par les médias ? Regard sociologique sur la présidentielle de 2007, Presses des Mines, 2010
- Jürgen HABERMAS, L'espace public : archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise, Payot, Paris, 1996.
- Jürgen HABERMAS, Droit et Démocratie, trad. de R. Rochlitz et C. Bouchindhomme, Paris, Gallimard, 1997
- Serge REGOURD, La télévision des Européens, *Vivre en Europe*, Institut International d'administration publique, *La documentation Française*
- S. RODOTA La démocratie électronique : de nouveaux concepts et expériences politiques, *Apogée*, Rennes, 1999
- Dominique SCHNAPPER avec la collaboration de Christian BACHELIER, Qu'est-ce que la citoyenneté, , ed. Gallimard
- Daniel TOSCAN DU PLANTIER, L'émotion culturelle, Paris, Flammarion, 1995, pages 119-122.

Articles

- Madeleine AKRICH et Cécile MEADEL, *Télévision à la carte, un divorce annoncé*, La découverte, *Réseaux*, 2006/5, n°139, p 75-103
- Emmanuel BERRETTA, *Véronique Cayla prend les commandes d'Arte France*, *Le point*, 15.03.2011
- Jean-Michel BAER, *L'Europe, Laboratoire controversé de la diversité culturelle*, La découverte, *Mouvements*, 2005/1, n°37, p33-40
- Sophie BOURDAIS, Marie CAILLETET, François EKCHAJZER, *Sauvée par le net*, *Télérama* 3168, 29 Septembre 2010, p 28-30
- Jérôme BOURDON, *Comment écrire une histoire transnationale des médias ? L'exemple de la télévision en Europe*, Nouveau Monde éditions, *Le temps des médias*, 2008/2, n°11, p164-181
- C. CASTODIARIS, *La polis grecque et la création de la démocratie*, in Les carrefours du labyrinthe, tome 2 – Domaines de l'Homme, Seuil, 1986 ; Seuil Points Essais, 1999, p 325-382
- Jérôme CLEMENT, *Télévision de service public : Quel contenu ?*, *Le Débat*, 1990/4 n°61, p 69
- Jérôme CLEMENT, *Arte, enfin l'Europe*, *Le monde*, 25.09.1992
- Jérôme CLEMENT, Pierre NORA : *Un échange*, Gallimard, *Le Débat*, 2002/4, n°121, p 176-178
- Jérôme CLEMENT, *Une influence plutôt indirecte sur la politique*, Armand Colin, *Revue internationale et stratégique*, 2010/2, n°78, p75-78
- Patrick DEMERIN, *Arte, vache sacrée des Français, vache à lait des Allemands, vache folle européenne ?*, *Le Débat*, 2002/3 n°120, p. 4-31.
- Patrick DEMERIN, *Pour Arte*, Gallimard, *Le Débat*, 2002/4, n°121, p187-192
- Claudine DUCOL, *Le délibératif comme outil de la raison communicationnelle* in Méthodes et conduites du débat public, *Les cahiers de Jéricost* n°3, CEDP, Université de Tours, Décembre 2000, p69
- Patrick EVENO, *La télévision entre politique et marché*, Nouveau Monde éditions, *Le temps des Médias*, 2006/1, n°6, p101-117
- Jean-Paul FOURMENTRAUX, *Le public à l'œuvre*, Arts numériques et médias praticables, Lavoisier, *Les Cahiers du numérique*, 2010/2, Vol. 6, p 83-98
- J. FISHKIN, *Vers une démocratie délibérative : l'expérimentation d'un idéal*, in L'opinion publique, *Hermès* n°31, 2001
- GAUTRIN, *Vers un Québec branché pour ses citoyens*, 2004, *Rapport sur le Gouvernement en ligne*, Gouvernement du Québec.

- Sylvie GOUPIL, *Gouvernement en ligne et démocratie : vers une mutation de la relation citoyenne à l'Etat ?*, *Politique et Sociétés*, vol. 26, n°1, 2007, p27-46
- Jacqueline HENARD, *Éloge de l'insuffisance*, *Le Débat*, 2002/4 n°121, p. 184-187.
- Victor HENLE, *Comment limiter l'expansion de l'audiovisuel public allemand ?*, CIRAC, *Regards sur l'économie allemande*, 2008/3, n°87, p27-36
- Jean-Noël JEANNENEY, *Bourdieu, la télévision et son trop de mépris pour elle*, dix ans après, Gallimard, *Le débat*, 2006/1, n°138, p147-160
- André LANGE, *La situation financière des entreprises de télévision de l'Union européenne (1999-2004)*, *Reflets et Perspectives*, XLIV, 2005/4
- Pierre LEFORT, *La Sept et le projet de chaîne culturelle européenne*, P.U.F., *Relations Internationales*, 2006/2, n°126, pages 97 à 110.
- Aurélien LE FOULGOC, *1990-2002 : une décennie de politique à la télévision française. Du politique au divertissement*, Lavoisier, *Réseaux*, 2003/2, n°118
- Eric MACE, « *Mesurer les effets de l'ethnoracialisation dans les programmes de télévision : limites et apports de l'approche quantitative de la « diversité »* », *La Découverte, Réseaux*, 2009/5, n°157-158, pages 233 à 265
- Bernard MANIN, *Volonté générale ou délibération. Esquisse d'une théorie générale de la délibération politique*, *Le Débat*, 1985, n°33, p72-93
- Olivier MILOT, *Les vingt ans d'Arte –Enquête*, *Télérama* 3168, 29 Septembre 2010, p26-28
- Laurent MIGUET, *Arte marie les cultures techniques franco-allemandes*, *Le Moniteur*, 24 Octobre 2003, p 80-82
- Jean-François POLO, *La naissance d'une direction audiovisuelle à la commission : la consécration de l'exception culturelle*, L'Harmattan, *Politique européenne*, 2003/3, n°11, p 9-30
- Pascal RICAUD, *Via de nouvelles situation de délibératives via internet : espaces publics parties ou micro-espaces publics ?*, mis en ligne sur le site http://aix1.uottawa.ca/~egeorge/textes_enligne/cmo_espacepublic.pdf
- Guillaume SOULEZ, *Nous sommes le public*, Apports de la rhétorique à l'analyse des publics, *La découverte, Réseaux*, 2004/4, n°126, p 113-141
- Jacques VISTEL, *Culture et communication : divorce ou mariage forcé ?*, *Actes Sud, La pensée de midi*, 2005/3, n°16, p46-51
- Mary WILSON, « *La société en réseaux favorise-t-elle la démocratie participative ?* », 2002, dans *Citoyenneté et participation à l'ère de l'information*, sous la direction de Manjunath Pendakur et Roma Harris, Montréal, Editions Saint-Martin

Sites internet

Ensemble des sites d'Arte

Arte.tv <http://www.arte.tv/fr/>
Arte +7 <http://videos.arte.tv/fr/videos#/tv/coverflow///1/120/>
Arte Créative <http://creative.arte.tv/fr/>
Arte Live Web <http://liveweb.arte.tv/fr>
Arte VOD <http://www.artevod.com/Accueil.html>
Arte Blog <http://blogs.arte.tv/front.do?method=getHomePage>
Arte Radio <http://www.arteradio.com/>
Arte Boutique <http://www.arteboutique.fr/>
Arte Pro <http://www.artepro.com/>
Présentation du graphisme de la chaîne <http://univers.arte.tv/#/1>
Rapport annuel 1999 http://www.arte.tv/static/c5/pdf/1999_RapportAnnuel_FR.pdf
Plaquette 2010 d'Arte [http://download.www.arte.tv/permanent/u6/
plaquette2010/2009-2010_Rapport_Annuel_FR.pdf](http://download.www.arte.tv/permanent/u6/plaquette2010/2009-2010_Rapport_Annuel_FR.pdf)
Plaquette 2009 d'Arte [http://www.arte.tv/static/c5/pdf/
plaquette2009/2009_Flyer_FR.pdf](http://www.arte.tv/static/c5/pdf/plaquette2009/2009_Flyer_FR.pdf)
Plaquette institutionnelle d'Arte [http://asp.zone-secure.net/v2/index.jsp?
id=3194/4139/16714&lng=fr](http://asp.zone-secure.net/v2/index.jsp?id=3194/4139/16714&lng=fr)
Présentation d'Arte Créative http://www.artepro.com/fr_fichiers/fichiers/03542995.pdf
Ancien forum d'Arte <http://agora2.arte.tv/>
Questions fréquentes sur la chaîne <http://www.arte.tv/fr/recherche/410912.html>
Site pour le questionnaire : site onefornet <https://onefornet.fr>
Site démocratie électronique <http://democratie-electronique.org/>
Site de débats autour de la télévision <http://chaines.television.online.fr>
Site du CSA csa.fr
Site officiel de la série « décide toi Clément » <http://www.decidetoiclement.com/>
Site de l'INSEE <http://www.insee.fr>

Documentation d'arte

Contrat de Formation d'Arte

Chartre graphique de la chaîne Arte, 2008

Chartre graphique d'Arte pour le Print, 2011

Communiqué de presse du 9 Mars 2011 : *Arte lance Arte Créative*

Communiqué de presse du 22 Juin 2011 : *Arte modifie sa grille de programmes à partir de Janvier 2012*

Le nouveau siège de la chaîne culturelle européenne, 2003

Rapport Annuel du Comité de Gérance d'Arte 1999
Rapport Annuel du Comité de Gérance d'Arte 2000
Rapport Annuel du Comité de Gérance d'Arte 2001
Rapport Annuel du Comité de Gérance d'Arte 2002
Rapport Annuel du Comité de Gérance d'Arte 2003
Rapport Annuel du Comité de Gérance d'Arte 2004-2005
Rapport Annuel du Comité de Gérance d'Arte 2005-2006
Rapport Annuel du Comité de Gérance d'Arte 2006-2007
Rapport Annuel du Comité de Gérance d'Arte 2007-2008
Rapport Annuel du Comité de Gérance d'Arte 2009
Rapport Annuel du Comité de Gérance d'Arte 2009-2010
Traité interétatique

Textes juridiques

AN, Fontainebleau, fonds Michel Berthod (19920614), art. 10, Catherine Tasca, Georges Duby, Paris, 12 Octobre 1988

AN, Fontainebleau, fonds Michel Berthod (19920614), art. 14, « Texte du traité de la chaîne culturelle européenne », Berlin, 2 Octobre 1990

Bilan de la société France Télévisions, année 2009, CSA, décembre 2010, *Direction des programmes*, Service de l'information et de la documentation

La production audiovisuelle française et son financement, *Rapport établi à la demande du ministre de la culture et de la communication*, par Antoine SCHWARZ

Les données clés de la télévision 2009, CSA

Promouvoir la diversité dans les médias : Plan d'action du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel suite aux propositions de l'observatoire de la diversité dans les médias audiovisuels, 2008

Rapport de la Commission pour la nouvelle télévision publique, Jean-Francois COPÉ, 25 Juin 2008

Rapport d'information fait au nom de la Commission de la Culture, de l'Education et de la Communication sur le projet d'avenant au contrat d'objectifs et de moyens 2009-2012 entre l'Etat et France Télévision, par M. Michel THIOILLIERE, enregistré à la Présidence du Sénat le 15 Décembre 2009 (N°161)

Réflexion sur 20 ans d'obligations de diffusion et de production audiovisuelles, des éditeurs de services, *Les études du CSA*, Novembre 2009

Représentation de la diversité dans les programmes de télévision, *synthèse du rapport remis à l'Observatoire de la diversité dans les médias audiovisuels du Conseil supérieur de l'audiovisuel*, sous la direction scientifique d'Eric MACE

Statuts du Cahier des Charges de France Télévision, CSA, Mars 2010

Déclaration Universelle sur la Diversité Culturelle de l'UNESCO, 2 Novembre 2001

Décret n°89-518 du 26 Juillet 1989, publié au journal officiel du 27 Juillet 1989

Décret n°2010-416 du 27 Avril 2010

Décret n° 2010-747 du 2 Juillet 2010

Directive « *télévisions sans frontières* », entrée en vigueur en Octobre 1991.

Loi n°83-675 du 26 Juillet 1983

Loi n°86-1067 du 30 Septembre 1986 relative à la liberté de communication (modifiée et complétée), *Les brochures du CSA*, Septembre 2010

Règlement *CEE n° 2137/85* du Conseil du 25 Juillet 1985

Dictionnaires

Dictionnaire historique de la langue française, Le Robert, sous la direction d'Alain Rey

Le Petit Robert de la langue française, édition 2009

Films et émissions

Culture, une affaire d'Etat – La Vème République des affaires culturelles, DVD de France 5 et de l'INA, par Jean-Michel Dijan et Joël Calmettes

Karambolage du 3 Octobre 2010

Karambolage du 28 Novembre 2010

Mots clés et résumé

Résumé

Ce mémoire porte sur la question de la citoyenneté au sein de la chaîne Arte. Plusieurs questions y sont abordées : en quoi les traités fondateurs d'Arte manquent-ils de citoyenneté, en quoi le fonctionnement de la chaîne pourrait être amélioré ou encore quel est le rapport de la chaîne avec ses téléspectateurs. Tout au long du mémoire, la citoyenneté de la chaîne est démontrée en même temps que sont révélées ses lacunes, et des propositions d'amélioration sont toujours proposées. Afin de rendre le concept de citoyenneté plus concret, des contre-exemples sont proposés, ou des études permettent de réaliser concrètement ce qui est attendu de la chaîne.

Mots clés

- Arte
- Chaîne
- Citoyen
- Citoyenne
- Citoyenneté
- Télévision
- Information
- Débat
- Internet
- Forum