

**Frank Baasner
Katarina Elbogen**

Deutsch-französische Kooperation in der Journalistenausbildung

**La coopération franco-allemande
dans le domaine de la formation
de journalistes**

Impressum

Frank Baasner
Katarina Elbogen

Deutsch-französische Kooperation
in der Journalistenausbildung
La coopération franco-allemande
dans le domaine de la formation de journalistes
Ludwigsburg 2003
(dfi compact, Nr. 3)

Gedruckt mit Unterstützung des Auswärtigen Amtes und
des französischen Außenministeriums
Avec le soutien du Ministère des Affaires étrangères et
du Ministère des Affaires étrangères allemand

ISSN 1619-8441

Herausgeber:
dfi Deutsch-Französisches Institut
Asperger Straße 34
D-71634 Ludwigsburg

© Deutsch-Französisches Institut

Inhalt

Vorwort	10
---------------	----

Teil 1

Deutsch-französische Zusammenarbeit in der Journalistenausbildung Bilanz und Perspektiven

1. Der Kontext	11
2. Die Ausgangslage	13
2.1. Europäische Öffentlichkeit	13
2.2. Die Bedeutung der „Europakompetenz“ der Journalisten	14
3. Bestehende Kooperation in der Ausbildung	15
3.1. Austauschprogramme öffentlicher und privater Ausbildungseinrichtungen	17
3.2. Doppelstudiengänge der Deutsch-Französischen Hochschule (DFH).....	20
4. Bestehende Kooperationen in der Fortbildung.....	21
4.1. Die Programme der Robert Bosch Stiftung GmbH	21
4.1.1. Seminare für Journalisten der französischen Regionalpresse	22
4.1.2. Seminare für Journalisten der deutschen Regionalpresse	22
4.1.3. Treffen deutscher und französischer Chefredakteure	23
4.1.4. Aufbaustudiengang „Französische Pressekorrespondenten in deutschsprachigen Ländern“	24
4.1.5. Informations- und Weiterbildungsprogramm für deutsche Journalisten in Frankreich	24
4.2. Die Programme des Deutsch-Französischen Jugendwerks (DFJW).....	25
4.2.1. Redaktionsaufenthalte in Deutschland und Frankreich (Stipendienprogramm)	25
4.2.2. Radiowerkstätten.....	26
4.3. Das deutsch-französisches Kolloquium für junge Journalisten in Freiburg	27

4.4. Das Programm der „Fondation Journalistes en Europe“	28
4.5. Fortbildungsreisen des deutschen und des französischen Außenministeriums	29
5. Sonstige Formen der Kooperation im Zusammenhang mit Aus- und Fortbildung	29
5.1. Deutsch-Französischer Journalistenpreis	29
5.2. Informationsplattform european journalists	30
5.3. IPI – Interregionale Presse (Lothringen, Luxemburg, Rheinland-Pfalz, Saarland und Wallonien)	30
6. Geplante neue Initiativen	31
6.1. Fortbildungsprogramm von ARD, ZDF, Télévision France 2 und France 3	31
6.2. Deutsch-französischer Masterstudiengang Journalismus.....	32
6.3. Fortbildungsprogramm von Radio France	32
7. Ergebnisse und Empfehlungen	32

Teil 2

40 Jahre Elysée-Vertrag aus Sicht der Deutschland- und Frankreich- korrespondenten – Eine Diskussion mit deutschen und französischen Auslandskorrespondenten von Radio, Fernsehen und Presse

I. Begrüßung	39
II. Impulsreferate.....	41
Fritz Raff, Intendant des Saarländischen Rundfunks Wie die Medien den Elysée-Vertrag erfüllen und erfüllen könnten ..	41
Gérard Saint-Paul, Chefredakteur von ARTE Der Charakter der Beziehungen 40 Jahre nach dem Elysée-Vertrag	42
III. Zusammenfassung der Diskussion.....	44
IV. Fazit	48

Table des matières

Préface	50
---------------	----

Première partie

La coopération franco-allemande dans le domaine de la formation de journalistes – bilan et perspectives

1. Le contexte	51
2. La situation de départ	53
2.1. L'opinion publique européenne	53
2.2. L'importance de la « compétence européenne » des journalistes	54
3. La coopération dans la formation de base	55
3.1. Les programmes d'échange des écoles de journalisme privées et publiques	57
3.2. Les doubles diplômes de l'université franco-allemande (UFA) ..	60
4. La coopération dans la formation continue	61
4.1. Les programmes de la fondation Robert Bosch	61
4.1.1. Séminaires pour journalistes de la presse régionale française ..	62
4.1.2. Séminaires pour journalistes de la presse régionale allemande	62
4.1.3. Rencontres des rédacteurs en chef français et allemands	63
4.1.4. Cours universitaire complémentaire « correspondants de presse français dans les pays germanophones »	63
4.1.5. Programme d'information et de formation continue pour journalistes allemands en France	64
4.2. Les programmes de l'Office franco-allemand pour la Jeunesse (OFAJ)	65
4.2.1. Séjours dans les rédactions en France et en Allemagne (programme de bourses)	65
4.2.2. Ateliers radiophoniques	65
4.3. Le colloque franco-allemand pour jeunes journalistes à Freiburg	66
4.4. Les programmes de la « Fondation Journalistes en Europe »	68

4.5. Voyages de formation continue du Auswärtiges Amt et du Ministère des Affaires étrangères	68
5. D'autres formes de coopération en relation avec la formation continue	69
5.1. Prix franco-allemand pour journalistes	69
5.2. La plate-forme european journalists	69
5.3. IPI – Presse interrégionale (Lorraine, Luxembourg, Rhénanie-Palatinat, Sarre et Wallonie)	70
6. Projets de nouvelles initiatives	71
6.1. Programmes de formation continue de l'ARD, ZDF, Télévision France 2 et France 3	71
6.2. Cours aboutissant au mastère franco-allemand de journalisme..	71
6.3. Programme de formation continue de Radio France	71
7. Résultats et recommandations	72

Deuxième partie

Les quarante ans du Traité de l'Elysée vus par les journalistes français et allemands en mission dans le pays partenaire – Une discussion avec les correspondants à l'étranger de la radio, de la télévision et de la presse écrite

I. Discours de bienvenue	79
II. Exposés introductifs	80
Fritz Raff, président de la radio-télévision de la Sarre Comment les médias réalisent le Traité de l'Elysée, et comment ils peuvent renforcer cette contribution	80
Gérard Saint-Paul, rédacteur en chef de ARTE Le caractère des relations franco-allemandes, quarante ans après le Traité de l'Elysée	81
III. Résumé de la discussion	82
IV. Conclusions	87
Liste der Teilnehmer / Liste des participants	88

Vorwort

Die Demokratien des 21. Jahrhunderts sind mehr denn je auf qualitativ hochwertige Medien angewiesen. Für die Vermittlung zwischen Politik und Wähler, für die kritische Kontrolle der demokratischen Instanzen haben die Medien eine verantwortungsvolle und komplexe Aufgabe zu erfüllen. Dies gilt auch in der internationalen Politik und in besonderem Maße in der EU, wo sich mehr und mehr Zuständigkeiten sowohl auf nationaler als auch auf europäischer Ebene befinden. Und für den besonderen Fall der deutsch-französischen Kooperation kommt den Medien ebenfalls eine besondere Rolle zu, denn die Überwindung von alten Feindbildern, die Verbesserung der gegenseitigen Kenntnis und die Beförderung der Zusammenarbeit auf allen Ebenen der Gesellschaft kann ohne die Mitwirkung von Presse, Radio und Fernsehen nur schwer gelingen. Eine dynamische Fortentwicklung der Zusammenarbeit auf dem Gebiet des Journalismus ist daher eine wichtige und dauerhafte Aufgabe für Deutsche und Franzosen in Europa.

Die nachfolgenden Ausführungen (Teil 1) gehen auf den Auftrag der deutschen und französischen Regierungen in Folge der deutsch-französischen Konsultationen von Schwerin 2002 zurück. Wir legen die Ergebnisse einer Analyse der bestehenden Kooperationen in Aus- und Fortbildung für Journalisten vor. Neben der Information über den status quo formulieren wir einige Empfehlungen für denkbare weitere Initiativen.

Im anschließenden Kapitel (Teil 2) werden die Ergebnisse einer Tagung mit deutschen und französischen Korrespondenten im jeweils anderen Land präsentiert, die am 24. Januar 2003 auf Einladung des Auswärtigen Amtes und des französischen Außenministeriums in Berlin stattgefunden hat. Die hierbei diskutierten praktischen Probleme bei der Tätigkeit als Korrespondent stehen in engem Zusammenhang mit den erforderlichen Initiativen im Bereich der Aus- und Fortbildung.

Die Vorbereitung der Bestandsaufnahme der bestehenden Kooperationen wurde durch die ASKO EUROPA STIFTUNG unterstützt, der Druck der Publikation wurde durch die Abteilungen für Kommunikation des Auswärtigen Amtes und des französischen Außenministeriums ermöglicht.

Frank Baasner

Teil 1

Deutsch-französische Zusammenarbeit in der Journalistenausbildung – Bilanz und Perspektiven

1. Der Kontext

Die dynamische Entwicklung der Europäischen Union (EU) und die zunehmende Geschwindigkeit, mit der sie sich zu wachsen vornimmt, birgt nicht nur organisatorische, wirtschaftliche und finanzielle Probleme. In der bisher nur wenig öffentlich geführten Debatte um die beschlossene Erweiterung und die neu zu gestaltende Verfasstheit der EU wird zunehmend klar, dass dieses Jahrhundertprojekt nur auf Dauer gelingen kann, wenn die Gesellschaften an dieser Entwicklung breit und aktiv beteiligt werden. Das Wissen um diese langfristige und komplexe Aufgabe für die Politik ist in den letzten Jahren gewachsen und den politisch Handelnden in den Mitgliedstaaten wird zunehmend bewusst, wie sehr der Erfolg der EU auch von der Förderung und Schaffung einer europaweiten Öffentlichkeit abhängt. Das Thema „Europäische Öffentlichkeit“ ist auf der politischen, aber auch auf der wissenschaftlichen Tagesordnung. Aus politologischer und medienwissenschaftlicher Perspektive wird die Frage gestellt – parallel zur Frage nach der demokratischen Legitimation der EU und ihrer Organe –, wie in einem mehrschichtig geordneten Europa die Ebene der transnationalen Entscheidungsprozesse durch eine ebenfalls übernationale Öffentlichkeit einer für Demokratien selbstverständlichen Kontrolle unterworfen werden kann.

Das 79. deutsch-französische Gipfeltreffen im Juli 2002 in Schwerin hatte sich daher, neben den Themen der Tagesaktualität, des Themas „Die Rolle der Medien für die Schaffung einer europäischen Öffentlichkeit“ angenommen.¹ Das Deutsch-Französische Institut Ludwigsburg (dfi) war vom französischen Ministère des Affaires étrangères (dem „Quai d'Orsay“) und dem Auswärtigen Amt sowie dem Bundespresseamt gebe-

1 Zur Vertiefung des Themas sei auf einige einschlägige Publikationen zum Thema „Europäische Öffentlichkeit“ hingewiesen: Eric Maigret: „L'Europe ou le tournant communicationnel“, in: *L'Année sociologique* 51/2001, S. 455-465; Nicolas Moussis: „La construction européenne et le citoyen: déficit démocratique ou déficit d'information?“, in: *Revue du marché commun et de l'Union européenne*, 436/2000, S. 153-159; Jo Groebel: „Europadarstellung in Fernsehinformation“

ten worden, am Vortag des Gipfeltreffens eine Expertentagung zu diesem Thema auszurichten. 40 Persönlichkeiten aus unterschiedlichen Medien und aus den zuständigen Ministerien haben sich mit den verschiedenen Aspekten des Themas befasst.² Die Ergebnisse der Diskussionen wurden dem französischen Kulturminister Jean-Jacques Aillagon und dem Staatsminister für Kultur und Medien Prof. Dr. Julian Nida-Rümelin in einer Plenarsitzung vorgetragen.³

Ein zentraler Aspekt der Diskussion betraf natürlich die Frage der Zusammenarbeit in der Journalistenaus- und -fortbildung. Das dfi ist im Anschluss an die Gipfelkonferenz von den Regierungen beauftragt worden, eine Studie zu erstellen, um den aktuellen Zustand in der deutsch-französischen Kooperation im Bereich der Journalistenausbildung zu beschreiben und mögliche Perspektiven für eine Weiterentwicklung aufzuzeigen. Die Ergebnisse dieser Studie werden hiermit vorgelegt.

onsendungen. Hauptergebnisse einer explorativen Studie in sechs Ländern“, Düsseldorf, November 2000; Klaus Wenger: „ARTE – Fernsehen im interkulturellen Dialog“, in: *Allemagne d’aujourd’hui* 162/2002; Wolfgang Neumann: „Information und deutsch-französische Beziehungen. Anmerkungen zu den Journalistenprogrammen des Deutsch-Französischen Instituts“, in: *Deutsch-französische Medienbilder*, Hrsg. Ursula Koch/Detlef Schröter/Pierre Albert, München 1993, S. 399-408. Bereits vor der Expertentagung auf dem Schweriner Gipfel haben verschiedene Tagungen zu vergleichbaren Themen stattgefunden: Mai 2001 „Gibt es eine europäische Öffentlichkeit(sarbeit)?“, Europäische Akademie Berlin; 28.2.02 „Europäische Öffentlichkeit – Missing Link europäischer Politik“, Planungsstab des Auswärtigen Amtes in Zusammenarbeit mit der Vertretung der Europäischen Kommission in der Bundesrepublik Deutschland; 15.-16.3.02 „Medien in Europa: Entstehung einer europäischen Öffentlichkeit“, Berlin-Brandenburgisches Institut für deutsch-französische Zusammenarbeit in Europa in Genshagen.

2 Teilnehmer: Frank Baasner, Jo Groebel, Barbara Guérin-Fadé, Uwe-Karsten Heye, Gerhard Hofmann, Hans-Henning Horstmann, Peter Hort, Harald Jung, Peter Kolb, Dieter Kosslick, Rolf-Dieter Krause, Angelika Lipp-Krüll, Harald Meimeth, Michael Meimeth, Jobst Plog, Anna Prinz, Fritz Raff, Majid Sattar, Joscha Schmierer, Gerd Schneider, Peter Schoof, Thomas Spieker, Gerd Spilker, Rudolf v. Thadden, Peter Theiner, Henrik Uterwedde, Klaus Wenger, Jérôme Clément, Jean-Paul Cluzel, Axel Cruau, Quentin Dickinson, Gilbert Grellet, Olivier Kaepelin, David Kessler, Ivan Levai, Isabelle Mariani, Jean-Paul Picaper, Gilles Kraemer, Bernard-Henri Levy, Georges Marion, Rémy Pflimlin, Christian Phéline, François Rivasseau, Marc Tessier. Die Vorbereitung der Tagung durch das dfi wurde von der ASKO EUROPA STIFTUNG finanziell gefördert.

3 Die offiziellen Erklärungen im Anschluss an den 79. deutsch-französischen Gipfel können in dem kürzlich erschienenen Buch „Die deutsch-französischen Beziehungen seit 1963“, hrsg. von Adolf Kimmel/Pierre Jardin in Zusammenarbeit mit dem dfi, Leske & Budrich 2003, nachgelesen werden.

2. Die Ausgangslage

2.1. Europäische Öffentlichkeit

Die fortschreitende Integration der EU hat dazu geführt, dass immer mehr Themen, die traditionell nationale Innenpolitik waren, nun im europäischen Kontext zu sehen und zu bewerten sind. Europäische Politik, die lange als „Außenpolitik“ angesehen wurde, wird zunehmend zu gemeinsamer Innenpolitik. Die Verschiebung der politischen Entscheidungsstrukturen weg von der nationalen hin zur europäischen Ebene stellt Politiker, Medien und Bürger gleichermaßen vor neue Aufgaben. Vertraute Gewohnheiten in der politischen Auseinandersetzung und Meinungsbildung müssen neu gedacht werden. Es stellt sich die Frage, wie eine stärkere politische Beteiligung der Bürger an europäischen (und damit nationalen) Fragen angeregt werden kann. Strukturell gesehen wird dies in dem Moment eintreten, in dem die üblichen Formen politischer Beteiligung und Kontrolle wie Wahlen oder Referenden auf europäischer Ebene etabliert werden. Die Diskussion über das sog. Demokratiedefizit hat begonnen, die Ergebnisse der Beratungen im Verfassungskonvent haben hierzu neue Vorschläge eingebracht. Aber auch innerhalb der jetzt gegebenen politischen Strukturen können konkrete deutsch-französische Initiativen die Stärkung einer transnationalen Öffentlichkeit voranbringen.

Europäische Öffentlichkeit hat sich bisher in unterschiedlicher Weise ausgebildet. Auf der einen Seite hat es mehrere Versuche gegeben, neue „europäische Medien“ zu schaffen. Nur wenige dieser Art sind erfolgreich, viele gescheitert, weil die Akzeptanz beim Publikum in nicht ausreichendem Maße gegeben war. Erfolgsgeschichten wie der europäische Kulturkanal ARTE zeigen jedoch, dass zumindest in einzelnen Sparten die Investition in neu geschaffene, übernationale Massenmedien Sinn macht.

Erfolgversprechender als europäische Medien, die sich über den nationalen Öffentlichkeiten zu etablieren versuchen, sind jene Veränderungen, die auf einer Öffnung und Internationalisierung der vorhandenen und starken nationalen Öffentlichkeiten beruhen. Dazu gehören Beispiele wie Financial Times Deutschland oder die deutsche Edition der Monde Diplomatique, um nur einige Beispiele aus dem Bereich der Printmedien zu nennen. Andere Beispiele wie grenzüberschreitendes Fernsehen mit gemeinsamen deutsch-französischen Redaktionen zeigen, dass eine Öffnung der Perspektiven über die nationalen Grenzen hinaus möglich, aber

auch mühsam ist. Diese Formen der Verzahnung nationaler Öffentlichkeiten weiter zu entwickeln muss das Ziel einer Öffentlichkeitsarbeit für Europa sein.

2.2. Die Bedeutung der „Europakompetenz“ der Journalisten

Demokratien sind heute auf funktionierende Kommunikation durch Medien angewiesen. In unseren heutigen Gesellschaften ist die üblichste Form der Teilhabe am politischen Leben – dies gilt für weite Teile der Bevölkerung – der Medienkonsum und damit die Aufnahme journalistischer Arbeit. Die politische und soziale Wirklichkeit, in der die Journalisten arbeiten, ist einem dauernden und schnellen Wandel unterworfen. Der direkte oder indirekte Einfluss der EU auf die Politik der Mitgliedstaaten ist stetig angestiegen und wird weiter ansteigen. Daher ist es unmittelbar einsichtig, warum die Thematik „Europäische Union“ eine wesentliche Rolle bei der journalistischen Arbeit spielt. Wir alle wissen, dass die Struktur der europäischen Institutionen komplex ist, dass die Wege hin zu gemeinsamen Entscheidungen manchmal widersprüchlich scheinen können und dass die Kommunikationsstrategien von Kommission, Parlament und Rat nicht homogen sind. Daher sind ausgezeichnete Kenntnis und eine entwickelte Analysefähigkeit der EU-Wirklichkeit unabdingbarer Bestandteil jeder journalistischen Grundausbildung.

Aber „Europakompetenz“ heißt nicht nur Kenntnis der Institutionen. Wie wir weiter oben ausgeführt haben, bildet sich eine europäische Öffentlichkeit nicht „neben“ oder „über“ den nationalen Öffentlichkeiten, sondern innerhalb der nationalen Strukturen, durch Verzahnung und wechselseitige Durchdringung. Ein zweites Ziel jeder Ausbildung muss also sein, den jungen Journalisten die Fähigkeiten und Instrumente an die Hand zu geben, damit sie die europäische Dimension in ihre alltägliche Arbeit integrieren können, die sich in der Regel auf nationalem oder regionalem Niveau abspielt. Ein wichtiges Element in allen Überlegungen für eine Weiterentwicklung der Ausbildung ist die Einwirkung auf die Heimredaktionen, die oft genug die Vorschläge ihrer Außenmitarbeiter und Korrespondenten nicht aufnehmen, weil deren Themen ihrer Meinung nach das Publikum nicht interessieren. Warum soll über Europa oder die europäische Dimension unseres Handelns berichtet werden, wenn sich das Publikum doch ganz offensichtlich nur für seinen lokalen, regionalen

oder nationalen Kontext interessiert? Eine Bewusstwerdung sollte also auf der Ebene der national arbeitenden Journalisten und Redaktionen angestrebt werden, denn das Massenpublikum wird kaum von sich selbst aus die Europadimension bei den gewohnten Medien einfordern. Wenn man nicht aufpasst, gelangt man schnell in einen argumentativen Zirkelschluss, der nach folgendem Schema verläuft: „Das Publikum ist Schuld, weil es sich für solche Dinge nicht interessiert“, „Die Medien sind Schuld, weil sie nicht anbieten was sie anbieten müssten“ und schließlich „Die politische Klasse ist Schuld, weil sie nicht die erforderlichen Strukturen schafft und der Öffentlichkeit auch nicht die europäische Dimension des eigenen Handelns aufzeigt“. Jede Initiative, die diese Situation auflockert und in dynamische Entwicklung versetzt, wäre sinnvoll.

Ein Ansatzpunkt ist in der Tat die Ebene der Aus- und Fortbildung, weil hier mit vergleichsweise geringen Mitteln ein langfristiger Effekt erreicht werden kann. Ein drittes Element scheint für die Vervollständigung der zukünftigen Europakompetenz außerordentlich wichtig zu sein: eine gute wechselseitige Kenntnis der unterschiedlichen Berufswelten, die eine effiziente Zusammenarbeit von nationaler Redaktion zu nationaler Redaktion (Austausch von Artikeln, gemeinsame Projekte etc.) erleichtern würde. Um diese noch zu wenig genutzte – und im übrigen sehr kostengünstige – Form der Zusammenarbeit zu fördern, könnten sich gemeinsame Ausbildungselemente als äußerst hilfreich erweisen, und zwar sowohl im Hinblick auf die Ausbildungsinhalte als auch mit Blick auf die automatisch entstehenden persönlichen Beziehungsnetze. Die journalistische Arbeit kann durch gemeinsame, transnationale Ausbildungsanteile um die europäische Dimension ebenso bereichert werden wie durch Projekte mit internationaler Beteiligung oder durch Praktikantenaustausch. Das Ziel ist dabei vielfältig: erweiterte Sprachkenntnisse, Bewusstsein über die kulturelle Vielfalt Europas, Schaffung eines verlässlichen Kollegennetzes in der europäischen Medienlandschaft. Europakompetenz in diesem Sinne ist eine Querschnittskompetenz, die alle Aspekte der journalistischen Arbeit berührt.

3. Bestehende Kooperation in der Ausbildung

Im Bereich der journalistischen Ausbildung haben sich in Deutschland und Frankreich sehr unterschiedliche Traditionen in Form, Inhalt und

Selbstverständnis des Berufsstandes ausgebildet. Stärker noch als in anderen rein universitären Bereichen heißt es hier also abzuwägen zwischen einer allgemeinen Tendenz zur Homogenisierung des europäischen Forschungs- und universitären Bildungsraumes einerseits und der Bewahrung nationaler Differenzen andererseits. Diese für Europa wichtige Frage nach dem „Wieviel“ an Gemeinsamkeit im höheren Bildungsbereich kann und muss prinzipiell geführt werden. Letztlich hängt sie unmittelbar mit der Frage zusammen, wie viel Integration die EU sich selbst verordnen will, wie viel Homogenisierung die Bürger wünschen und akzeptieren und wie viel an Eigenheit regionaler oder nationaler Art im Bereich der Kultur, der Bildung und der Öffentlichkeit bestehen bleiben und gepflegt werden soll. Diese Diskussion wird zur Binnendifferenzierung und Ausgestaltung des gemeinsamen Raumes europäischer Öffentlichkeit beitragen.

Pragmatisch gesehen heißt es aber, schon heute unter den gegebenen Umständen dafür zu sorgen, dass neue Wege zu einer Steigerung der Europakompetenz unserer Journalisten gegangen werden können, denn an dem Bedarf hoher Fachkompetenz dieses so wichtigen Berufszweiges kann angesichts der Dynamik und Komplexität der EU kein Zweifel bestehen. Die Erkenntnisse aus der Analyse deutsch-französischer Erfahrungen können für andere europäische Länder interessant sein und zudem die bilaterale Kooperation voranbringen.

Betrachten wir zunächst die Phase der grundständigen Ausbildung. Aus französischer Perspektive wäre die logischste und auch einfachste Form der Zusammenarbeit akademisch zu gestalten, analog zu den deutsch-französischen Doppeldiplomen, wie sie von der deutsch-französischen Universität angeregt, verwaltet und gefördert werden. Solch ein Vorgehen erscheint unmittelbar einleuchtend, denn staatlich anerkannte Journalistenschulen in Frankreich gibt es lediglich neun, und deren Diplome sind im Arbeitsmarkt bekannt und anerkannt. Der Zugang zu diesen Schulen wird in der Regel durch ein Bewerbungsverfahren nach 2 oder 3 Jahren Studium (bac +2 oder +3) geregelt und ist sehr selektiv. Das Programm der französischen Journalistenschulen wird durch eine nationale Kommission festgelegt (Commission nationale paritaire de l'emploi) und ist für alle verbindlich, wodurch wenig individuelle Gestaltungsmöglichkeit bestehen bleibt.

Wie so oft im Bereich der Ausbildung ist die Situation in Deutschland völlig anders. Natürlich gibt es auch in Deutschland Journalistenschulen, und zwar sehr berühmte und anerkannte, oft private Schulen, aber die

große Mehrzahl der heute aktiven Journalisten ist innerhalb der Sendehäuser oder Verlage ausgebildet worden. Im Anschluss an eine (meistens) universitäre Ausbildung, die 4 oder 5 Jahre gedauert haben kann und sehr oft die geistes- und sozialwissenschaftlichen Fächer betrifft, bewerben sich die angehenden Journalisten um ein „Volontariat“. Dieses Volontariat entspricht einer in der Regel 18monatigen Ausbildung im journalistischen Unternehmen und wird mit einem regelmäßigen Gehalt (das jedoch nicht sehr hoch ist) bezahlt. Ist man einmal als Volontär in ein Unternehmen integriert, ist es möglich, wenn auch schwierig, kurze Praktikumsaufenthalte im Ausland zu absolvieren, weil die Ausbildung relativ flexibel gestaltet ist und von Unternehmen zu Unternehmen variieren kann. Diese großen Unterschiede in den Systemen muss man sich bewusst machen, wenn man eine Analyse der deutsch-französischen Kooperation in der Journalistenausbildung vornimmt. Man könnte sogar die Hypothese wagen, dass der relativ geringe Grad an Austausch zwischen deutschen und französischen Journalisten während der Ausbildung genau auf diese Unterschiede zurückzuführen ist.

3.1. Austauschprogramme öffentlicher und privater Ausbildungseinrichtungen

Angesichts dieser heterogenen und, was Deutschland angeht, äußerst vielfältigen Ausbildungssituation ist es nur begrenzt möglich, einen vollständigen Überblick über die bestehende Austauschpraxis zu bekommen. Im Herbst 2002 haben wir mit einer umfangreichen Umfrageaktion bei Hochschulen sowie öffentlichen und privaten journalistischen Ausbildungseinrichtungen begonnen. 74 deutsche und 12 französische Institutionen wurden nach bestehenden Austauschprogrammen und -erfahrungen befragt. Dabei haben wir uns auf diejenigen Institutionen und Ausbildungsstätten konzentriert, deren Absolventen mit hoher Wahrscheinlichkeit in journalistischen Berufen arbeiten. Nicht erfasst wurden somit die Ausbildung all jener Journalisten, die mit einer nicht berufsspezifischen Ausbildung (z.B. ein Studium in Geistes- oder Sozialwissenschaften bzw. Naturwissenschaften) oder als Quereinsteiger begonnen haben. Die betriebsinterne Ausbildung als Volontär ist ebenfalls nicht berücksichtigt worden, weil hierbei keine regulären Austauschprogramme in der Phase der Grundausbildung vorgesehen sind; die Möglichkeiten, die im übrigen

sehr individuell und je nach Unternehmen wahrgenommen werden, fallen in den Bereich der Fortbildung (s.u.).

Die vorliegenden Erkenntnisse sind daher notwendig partiell. Allerdings lassen sich aus den Ergebnissen der Umfrage und aus den ergänzend geführten persönlichen Gesprächen sehr deutliche Tendenzen erkennen und Handlungsoptionen beschreiben. Insgesamt haben 44 Institutionen den Fragebogen beantwortet, wobei 8 von 12 französischen Einrichtungen für ein recht aussagekräftiges Ergebnis sorgen.

Die Ergebnisse der Umfrage

Die erste Frage des Fragebogens betraf bestehende Austauschprogramme mit einer Einrichtung im Partnerland. Lediglich 8 deutsche und 3 französische Schulen antworteten bei dieser Frage mit ja, während 33 Einrichtungen keine Austauschprogramme haben. Die höhere Anzahl der deutschen Ausbildungsstätten, die hier aktiv sind, erklärt sich aus der Tatsache, dass die universitären Studiengänge, anders als die staatlich anerkannten Journalismusschulen, in der Regel an Erasmus-Programmen teilnehmen, wobei hierbei, wie bereits gesagt, die Frage offen bleibt, ob die Absolventen alle in journalistischen Berufen arbeiten werden.

Die Anzahl der in diese Austauschprogramme aufgenommenen Studenten beträgt jährlich ca. 20 deutsche Studenten in Frankreich und 12 französische in Deutschland. Dieses Ungleichgewicht, das sich noch an anderen Punkten wird festmachen lassen, erklärt sich einerseits aus der wohlbekannten Differenz in der Motivation zum Auslandsaufenthalt im anderen Land sowie aus der Tatsache, dass zwei deutsche und keine einzige französische Schule einen Aufenthalt im Partnerland als Pflicht definieren (Frage 4 der Erhebung). Die Auslandsaufenthalte werden in 11 Fällen durch Stipendien unterstützt. Neben den üblichen Erasmus-Stipendien der Universitäten kommen als fördernde Einrichtungen die Medienunternehmen selbst sowie das Deutsch-Französische Jugendwerk (DFJW) oder die Robert Bosch Stiftung (RBSG) infrage.

Mit Frage 5 haben wir versucht, ein differenziertes Bild über die beobachteten Problembereiche der existierenden Austauschprogramme zu erhalten. Es wurde nach verschiedenen Aspekten möglicher Probleme gefragt. Auf deutscher Seite werden mit deutlichem Abstand der Mangel an Sprachkenntnissen, fehlende finanzielle Unterstützung und die fehlen-

de Integration eines Auslandsaufenthalts in den Studienablauf genannt. Auf französischer Seite sind es ebenfalls die fehlenden Sprachkenntnisse, der Mangel an finanzieller Unterstützung und zudem mangelndes Interesse seitens der Studierenden. Problembereiche wie die unterschiedlichen Strukturen der Ausbildungssysteme oder administrative Hindernisse werden sehr selten genannt. Die Frage nach den Problembereichen wurde in den persönlichen Interviews vertieft.

Auf die Frage 6 nach der Notwendigkeit neuer Initiativen gingen 31 affirmative Antworten ein. Dies betrifft sowohl Universitäten, die bereits im Austausch aktiv sind, als auch jene, die keinerlei Austausch praktizieren.

Die letzte Frage bot die Möglichkeit, Formen gewünschter Ausbildungselemente zu nennen. Die Vorschläge waren sehr unterschiedlich. Auffallend ist, dass nur punktuell ein komplett integrierter Studiengang vorgeschlagen wird (s.u.). Im Vordergrund stehen Formen intensiver Seminare, Workshops oder kurzer Projektphasen, die in bestehende Strukturen integriert werden können. Ein erheblicher Bedarf scheint auch beim Dozentenaustausch zu bestehen.

Ein deutliches Bild: Wenig praktizierter Austausch mit einem Übergewicht auf deutscher Seite bei gleichzeitig sehr großem Interesse. Kleine und finanziell überschaubare Maßnahmen könnten diesem Bedürfnis nachkommen, wobei weniger an komplette Doppeldiplome als vielmehr an gemeinsame Ausbildungsmodule gedacht wird – und damit an Formen, die denen der Fortbildung vergleichbar sind.

Dieser Befund wurde ergänzend in persönlichen Interviews bei einigen der staatlich anerkannten französischen Schulen weiter differenziert und vertieft. In Frankreich sind mögliche Entwicklungen hin zu mehr europabezogenen Studieninhalten oder zu mehr innereuropäischem Austausch nur denkbar, wenn es gelingt, auf der Ebene der zentralen nationalen Regulierungsbehörde einzugreifen. Alle sonstigen Bemühungen müssen sich in das ohnehin sehr enge Studienraster einfügen. Aufgrund dieser strengen Vorgaben und des geringen Handlungsspielraums sind sogar gut etablierte, über Jahre hinweg funktionierende Austauschprogramme eingestellt worden. Diese sehr praktische, administrative Behinderung bei der Entwicklung von deutsch-französischen Austauschmodulen bzw. der Stärkung der europäischen Inhalte wird durch das mangelnde Interesse an Deutschland seitens der französischen Studenten noch erhöht. Trotz dieser Schwierigkeiten äußern sich die Verantwortlichen übereinstim-

mend, dass in diesem Bereich mehr getan und sinnvolle Initiativen entfaltet werden könnten. Auch beim individuellen Gespräch bestätigt sich somit der Befund der Umfrage, die einen auffälligen Widerspruch zwischen bestehenden Programmen und gewünschtem Austausch ergeben hat. Auf die Konsequenzen aus diesem Befund werden wir in Abschnitt 7 bei der Formulierung von Vorschlägen zurückkommen.

3.2. Doppelstudiengänge der Deutsch-Französischen Hochschule (DFH)

Angesichts der sehr unterschiedlichen Ausbildungswege und -profile ist es nicht verwunderlich, dass bisher nur wenige Doppeldiplome im Bereich „Journalismus“ existieren. Die Deutsch-Französische Hochschule verfügt über eine Vielzahl von Doppelstudiengängen im Bereich der Geistes- und Sozialwissenschaften, an die sich eine journalistische Tätigkeit (Ausbildung) anschließen kann. Einen Doppelstudiengang Publizistik gibt es jedoch zur Zeit nicht. Zwei „artverwandte“ Studiengänge werden angeboten: „Medienwirtschaft“ und „Europäische Medienkultur“.

Bei dem Studiengang „Medienwirtschaft“ handelt es sich um eine Kooperation zwischen der Fachhochschule Wiesbaden und der Université de Toulouse II. Die Studiendauer beträgt 4 Jahre und schließt mit einem Magister ab. Studienvoraussetzung ist ein Vordiplom im Bereich Medienwirtschaft und mindestens 4 Jahre Schulfranzösisch. Im Studiengang wird durch praktische Übungen im klassischen Film- und Fernsehbereich sowie im Bereich der „neuen Medien“, Projekt- und Seminararbeiten zu medientechnischen und medienwirtschaftlichen Themen, Vorlesungen zur französischen Medienlandschaft und Fachsprachunterricht die Vermittlung bikultureller Kompetenzen angestrebt.

Der Studiengang „Europäische Medienkultur“ schließt mit einem Diplom Kulturwissenschaft (Medien) (D) und einer „Maîtrise Informati-on/Communication“ (F) ab. Er wird an den Universitäten Weimar und Lyon II angeboten. Schwerpunkt ist die Geschichte und Theorie moderner Medien und die Erforschung europäischer Kultur im System der Medien und der Kommunikation. Die Studiendauer beträgt 4 Jahre. Studienvoraussetzung ist die Allgemeine Hochschulreife und gute Französischkenntnisse.

4. Bestehende Kooperationen in der Fortbildung

Im Bereich der Fortbildung ist die Situation vielfältiger und die Strukturen flexibler. In der deutschen Kultur ist die Vorstellung regelmäßiger Fortbildung in allen Berufsgruppen seit langem fest verankert, während dieser pädagogische Ansatz in der französischen Gesellschaft, zumindest in den gebildeten Schichten des Landes, noch lange keine Selbstverständlichkeit ist. In jüngster Zeit aber hat sich auch in Frankreich die Idee lebenslangen Lernens zunehmend etabliert, so dass neue Initiativen zu einem günstigen Zeitpunkt angestoßen werden könnten. Der Vorteil deutsch-französischer Programme für Journalisten, die bereits im Berufsleben stehen, liegt auf der Hand: Die neuen Erkenntnisse und Motivationen können unmittelbar in die Arbeit einfließen und werden nicht im Laufe der Monate und Jahre durch eine Fülle anderer Ausbildungsinhalte verschüttet, die im Verlauf des zwei- oder dreijährigen Studiums anfallen. Aber auch die Problematik dieses Bereichs der Fortbildung ist unschwer zu erkennen: Ein voll berufstätiger Journalist kann seine Redaktion nicht ohne weiteres für mehrere Wochen verlassen, ohne von einem Kollegen vertreten zu werden, der wiederum Kosten hervorruft. An diesem Punkt könnten Stipendien oder andere finanzielle Unterstützung sehr gezielt ansetzen.

Die nachfolgend aufgelisteten Programme beziehen sich auf jene Angebote, die nicht nur punktuell, sondern über einen gewissen Zeitraum hinweg in Fortbildung investiert haben. Sie haben damit bewiesen, dass sie einer wirklichen Nachfrage entsprechen und können zudem auf wertvolle Erfahrung zurückschauen. Weitere punktuelle Initiativen hat es mit Sicherheit gegeben, die wir aber an dieser Stelle aus besagtem Grund nicht aufgenommen haben.

4.1. Die Programme der Robert Bosch Stiftung GmbH

Die RBSG⁴ investiert seit den 70er Jahren kontinuierlich in die Fortbildung und den Austausch zwischen deutschen und französischen Journali-

4 Kontakt und weitere Informationen unter www.bosch-stiftung.de. Die Aktivitäten der Robert Bosch Stiftung zur deutsch-französischen Verständigung sind in der Publikation „Die Robert Bosch Stiftung und die deutsch-französischen Beziehungen 1973-2000“, Stuttgart 2000, dokumentiert.

sten. Die hier gesammelten Erfahrungen sind besonders wertvoll, weil über lange Zeiträume hinweg gearbeitet und geplant wurde.

4.1.1. Seminare für Journalisten der französischen Regionalpresse

Die Robert Bosch Stiftung veranstaltet seit 1975 jährlich einwöchige Seminare für bis zu 20 Journalisten der französischen Regionalpresse. In den ersten Jahren stand in diesen Intensivseminaren die politische und gesellschaftliche Entwicklung der Bundesrepublik Deutschland im Vordergrund, später verlagerte sich das Interesse auf die Rolle Deutschlands in Europa und nach der Wiedervereinigung auf die neuen Bundesländer. Die Teilnehmer werden durch ausführliche Vorträge geschult und erhalten Gelegenheit zum Gespräch mit hochrangigen Vertretern aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft. Seit 1986 werden die Seminare in Zusammenarbeit mit dem Deutsch-Französischen Institut in Ludwigsburg ausgerichtet. Die von den Teilnehmern im Nachgang zu den Seminaren verfassten Artikel werden in der Reihe „Analyse und Dokumentation“ veröffentlicht.⁵ Seit 1975 haben 149 Teilnehmer an den Veranstaltungen teilgenommen, Mehrfachteilnahmen einzelner Journalisten sind hierbei nicht eingerechnet.

4.1.2. Seminare für Journalisten der deutschen Regionalpresse

Parallel zum genannten Programm führt die Stiftung seit 1978 in Zusammenarbeit mit dem Deutsch-Französischen Institut Seminare für ca. 15 Journalisten der deutschen Regionalpresse in Frankreich durch. Inhaltlich stehen die Seminare jeweils unter einem bestimmten Thema. Ab 1991 wurde dieses Angebot besonders für Journalisten der neuen Bundesländer konzipiert. 2002 standen die „Präsidentschafts- und Parlamentswahlen 2002 - Frankreich vor der Entscheidung“ im Mittelpunkt der Diskussionen. Die Teilnehmer von Zeitungen aus dem gesamten Bundesgebiet konnten zwischen den beiden Wahlgängen zu den Parlamentswahlen in Paris mit herausragenden Vertretern aus Politik und Medien zusammentreffen. Bei der Organisation der Veranstaltungen wurde mit wech-

⁵ Kontakt und Information unter www.dfi.de.

selnden französischen Partnerorganisationen, beispielsweise „Aderly“ oder dem Centre d'Information et de Recherche sur l'Allemagne Contemporaine (CIRAC) zusammengearbeitet. Bisher haben an den Informationsseminaren 99 Journalisten der deutschen Regionalpresse teilgenommen.⁶

4.1.3. Treffen deutscher und französischer Chefredakteure

Die Treffen deutscher und französischer Chefredakteure der Regionalpresse werden seit 1977 von der Robert Bosch Stiftung in Zusammenarbeit mit der Vereinigung der Chefredakteure der französischen Regionalpresse jährlich abwechselnd in Frankreich und Deutschland organisiert. Ziel dieser Begegnung ist es, einen kontinuierlichen Gedankenaustausch zu ermöglichen, der die Aufmerksamkeit gegenüber dem Geschehen im Nachbarland erhöht und zudem die Zusammenarbeit zwischen deutschen und französischen Zeitungen fördert. Zu Beginn des Programms standen eher berufsbezogene Fragestellungen im Vordergrund, so die Bedeutung der technologischen Veränderungen für die Printmedien oder das Verhältnis der Presse zu den neuen Medien. Ab 1982 verlagerte sich das Interesse zunehmend auf den Gedankenaustausch über die politischen, wirtschaftlichen und sozialen Grundlagen der Zusammenarbeit zwischen Deutschland und Frankreich. Seit den 90er Jahren stand das Treffen immer mehr im Zeichen europäischer Fragestellungen.

2002 trafen sich die Chefredakteure in Wiesbaden und analysierten die innenpolitischen und außenpolitischen Herausforderungen in Frankreich und Deutschland nach den Wahlen. Mit Günter Verheugen, Mitglied der Europäischen Kommission, diskutierten die Teilnehmer die Erweiterung der Europäischen Union im Hinblick auf den Kopenhagener Gipfel. Der Präsident der Europäischen Zentralbank Duisenberg empfing die Journalisten zu einem Gespräch über die europäische Währungsunion. Ebenso wie die Seminare für französische Journalisten der Regionalpresse haben sich die Treffen deutscher und französischer Chefredakteure, die jeweils abwechselnd in Deutschland und in Frankreich stattfinden, zu einer anerkannten Institution in den deutsch-französischen Beziehungen

⁶ Im Jahr 1986 veröffentlichte die Stiftung eine Zwischenbilanz unter dem Titel „Die Bundesrepublik Deutschland im Spiegel der französischen Regionalpresse. Zehn Jahre Informations- und Fortbildungsseminare der Robert Bosch Stiftung“. Kontakt und Information unter www.dfi.de.

entwickelt. An den zwei- bis dreitägigen Treffen nehmen jeweils 15-40 Teilnehmer teil. Seit 1977 waren etwa 600 Chefredakteure an den Gesprächen beteiligt.

4.1.4. Aufbaustudiengang „Französische Pressekorrespondenten in deutschsprachigen Ländern“

Das Institut für deutsche Sprache, Landeskunde und Literatur an der Universität Sorbonne Nouvelle/Paris III ergänzte 1999/2000 sein Spektrum deutsch-französischer Studiengänge durch einen einjährigen Aufbaustudiengang „Französische Pressekorrespondenten in deutschsprachigen Ländern“. Indem sich die Studenten mit den politischen, wirtschaftlichen, juristischen, institutionellen und kulturellen Gegebenheiten im Nachbarland vertraut machen, soll der Studiengang zu einer höherwertigen Deutschlandberichterstattung beitragen und zukünftige Korrespondenten ermutigen, sich beruflich auf den deutschsprachigen Raum hin zu orientieren.

Nach einer Pilotphase mit zwei Stipendiaten sollen jährlich bis zu zwanzig Absolventen der Fächer Volks- und Betriebswirtschaftslehre, Jura, Politikwissenschaften, Geschichte, Geographie und Fremdsprachen zugelassen werden. Neben dem Unterricht durch Lehrbeauftragte und Hochschullehrer der Université de la Sorbonne Nouvelle sowie durch Praktiker aus deutschen Redaktionen und französische Deutschlandexperten absolvieren die Studenten ein bis zu dreimonatiges Praktikum in einer deutschen Redaktion bei Zeitungen, Zeitschriften, Rundfunk und Fernsehen. Außerdem ist ein einmonatiges Redaktionspraktikum bei einer französischen Zeitung vorgesehen. Zu den Ergebnissen gehören ein Bericht über den Verlauf des Praktikums in Deutschland sowie eine größere journalistische Arbeit zu einem aktuellen Thema ihrer Wahl.

4.1.5. Informations- und Weiterbildungsprogramm für deutsche Journalisten in Frankreich

Die Robert Bosch Stiftung unterstützt seit 1996 das Informations- und Weiterbildungsprogramm für deutsche Journalisten in Frankreich. Es geht auf eine Initiative von Valéry Giscard d'Estaing und Helmut Schmidt anläs-

slich eines Gipfeltreffens von 1978 zurück. Seit 1980 wurde es vom CFPJ („Centre de formation et de perfectionnement des journalistes“) im Auftrag des französischen Außenministeriums mit Unterstützung der französischen Botschaft in Deutschland durchgeführt. Das Programm „Connaissances de la France“ findet vier Wochen lang einmal jährlich für 10 junge deutsche Journalisten (zw. 25-35 Jahre alt, im Schnitt 2 Jahre Berufserfahrung) im Zeitraum zwischen Oktober und November statt. Im Mittelpunkt steht ein aktuelles Grundlagenthema aus Frankreich. Das Programm beginnt jeweils in Paris mit einem zehntägigen Seminar, zu dem Vorträge und Begegnungen sowie Vergleiche zum jeweiligen Nachbarland gehören. Dabei sollen Kenntnisse in Politik, Wirtschaft und Gesellschaft Frankreichs vermittelt werden. Außerdem recherchieren die Teilnehmer und schreiben über aktuelle Themen.

4.2. Die Programme des Deutsch-Französischen Jugendwerks (DFJW)⁷

4.2.1. Redaktionsaufenthalte in Deutschland und Frankreich (Stipendienprogramm)

Das Deutsch-Französische Jugendwerk bietet jungen deutschen und französischen Journalisten die Möglichkeit, einen Redaktionsaufenthalt in Tages- bzw. Wochenzeitungen und Rundfunk bzw. Fernsehanstalten jeweils im Nachbarland zu absolvieren. Dadurch möchte das DFJW den Journalisten Gelegenheit zu einem besseren Einblick in das Nachbarland geben und ihnen helfen, ihre Rolle als Vermittler wahrzunehmen. Der Aufenthalt wird durch ein vierwöchiges Stipendium, das eine Pauschale von 900 Euro für Unterbringungs- und Verpflegungskosten sowie eine Pauschale für die Fahrtkosten beinhaltet, finanziell unterstützt. Zudem kann ein Intensivsprachkurs absolviert werden, der vor dem Aufenthalt im Ausland gemacht werden kann, aber nicht muss. Beide Angebote können innerhalb von zwei Jahren in Anspruch genommen werden. Der Intensivsprachkurs wird ebenfalls vom DFJW mit einem Stipendium unterstützt (für vier Wochen: 900 Euro, zusätzlich einer Fahrtkostenpauschale). Das Höchstalter für Teilnehmer ist das 30. Lebensjahr. Voraussetzung ist eine

⁷ Kontakt und weitere Informationen über diese Programme unter www.dfjw.org

ständige journalistische Tätigkeit in einer deutschen/französischen Redaktion.

Im Jahr 2002 haben 17 junge Journalisten ein Stipendium des DFJW erhalten. Alle Stipendiaten kamen aus Deutschland.

4.2.2. Radiowerkstätten

Seit 1988 fördert das DFJW jährlich zwei deutsch-französische Radiowerkstätten. Hierbei werden junge Journalisten zu konkreten Projekten mit wechselnden Themen zusammen gebracht.

Das erste letztjährige Radioseminar fand im April 2000 in Toulouse statt. Fünf Tage lang war eine deutsch-französische Gruppe junger Journalisten beim französischen Jugendradio Le Mouv' (Radio France) in Toulouse zu Gast. Ziel der Begegnung war der Aufbau einer institutionellen Zusammenarbeit zwischen den öffentlich-rechtlichen Jugendradios beider Länder. Die Teilnehmer erarbeiteten in vier zweisprachigen Gruppen deutsch-französische Kurzbeiträge von 2 Minuten Länge. Die Beiträge wurden in Frankreich von Le Mouv' in der Rubrik „Achtung Baby“ und in Deutschland von DasDing und Unser Ding in der Rubrik „Sacrés Français“ gesendet. Geplant wurde ein regelmäßiger Austausch von Kurzbeiträgen zwischen den deutschen und französischen Jugendradios.⁸

Die zweite Radiowerkstatt für junge Journalisten wurde Ende Oktober 2002 in Zusammenarbeit mit der ZFP und Radio France organisiert. „Berlin – Tor zum Osten“, so lautete der Titel der deutsch-französischen Radiowerkstatt. 9 junge deutsche und französische Journalisten des öffentlich-rechtlichen Radios in Deutschland und Frankreich (MDR, SWR, DLR, France Info, France Bleu Besançon, France Bleu Berry Sud Chateauroux, France Bleu Lorraine Nord Metz, France Bleu Lorraine Sud Nancy) nahmen an der Begegnung teil. Die Teilnehmer erarbeiteten in binationalen Tandems unterschiedliche Aspekte des vorgegebenen Rahmenthemas für eine gemeinsame Sendung (Recherche, Interviews, Schnitt, Synchronisation, Produktion, Anmoderation, etc.).⁹

8 Leitung des Seminars: Frédérique Veith (Saarländischer Rundfunk), Matthieu Beauval (Le Mouv'), Gilles Tissot (DFJW).

9 Leitung des Seminars: Doris Simon (Deutschlandradio, Brüssel), Guy Souter (Radio France Alsace), Gilles Tissot (DFJW).

4.3. Das deutsch-französische Kolloquium für junge Journalisten in Freiburg¹⁰

Das Kolloquium wurde 1998 in Freiburg initiiert und hat seither drei Mal stattgefunden. Für dieses Forum mit wechselnden Trägern (Französische Botschaft/Institut Français, Stadt Freiburg), von Anfang an durch die Robert Bosch Stiftung gefördert, konnten zahlreiche Mitveranstalter (DFJW, SWR-Studio Freiburg) und mehr als 20 weitere Kooperationspartner (kulturpolitische Institutionen, Universitäten, Medien) gewonnen werden, die im Bereich des Journalismus und dementsprechender Ausbildung oder Förderung tätig sind.

Zielgruppe sind Journalisten bis 35 Jahre mit guten Sprachkenntnissen, Französisch und Deutsch sind Veranstaltungssprache.

An den Kolloquien nahmen jeweils etwa 180 Journalisten und angehende Journalisten aus Deutschland, Frankreich, der Schweiz und anderen europäischen Ländern teil. Konzentrierte Information zu Fördermöglichkeiten, Vorträge, Workshops und Diskussionen standen auf dem Programm. Die Ausschreibung für die Teilnahme erfolgte transnational-öffentlich, die Beteiligung aus Frankreich war hoch (über 40%).

Das Kolloquium hat zum Ziel, den Kontakt und die Informationskultur zwischen deutschen und französischen Journalisten zu unterstützen. Es soll Gelegenheit zum kritischen Austausch über journalistische Praktiken in beiden Ländern und im Hinblick auf Europa bieten. Die Erfahrungen nach dem dritten Kolloquium zeigen, dass diese Form der Veranstaltung produktiv ist und einem doppelten Bedürfnis junger Journalisten entgegenkommt: dem Bedarf an Wissensvermittlung und dem Wunsch nach gemeinsamer Reflexion (mehrere Tage mit Kollegen verschiedener Altersgruppen). Die durch eine Fragebogenaktion erstellte Evaluierung des Kolloquiums bestätigt die hohe Zufriedenheit der Teilnehmer und legt nahe, diese Form des Treffens und der Netzwerkbildung fortzusetzen. Über die Zukunft des Kolloquiums wird momentan diskutiert, es ist nicht an Freiburg gebunden.

10 Konzeption und Organisation: Cornelia Frenkel (cornelifrenkel@aol.com), eine Dokumentation des Kolloquiums liegt vor.

4.4. Das Programm der „Fondation Journalistes en Europe“

Die Fondation Journalistes en Europe, die 1974 von Philippe Vianney und Hubert Beuve-Méry gegründet wurde, organisierte bis zum Jahr 2003 Programme journalistischer Ausbildung (Dauer: von acht Wochen bis acht Monaten) für Journalisten aus allen Ländern. Inhaltlich vermittelte das Programm Kenntnisse über die EU-Mitgliedsländer, die Europäische Union und ihre Beziehungen mit dem Rest der Welt.¹¹ Da innerhalb dieses Angebots auch deutsche Journalisten zu einem Aufenthalt in Frankreich motiviert wurden und das Angebot eines der wenigen Fortbildungsprogramme in Frankreich ist, soll es hier aufgenommen werden.

Die drei von der Fondation Journalistes en Europe organisierten Programme waren für sich unabhängig, aber inhaltlich komplementär. Je nach Bedarf und Interesse konnten Journalisten sich für ein, zwei oder alle drei Programme bewerben. Das Programm setzte sich aus Vorträgen, Studienreisen und Reportagen in der eigenen Zeitschrift „Europ magazine“ zusammen. Die Vorträge und Besuche z.B. bei internationalen und europäischen Institutionen (EU-Parlament, Kommission, NATO, Europarat) ermöglichten eine Vertiefung der jeweiligen Kenntnisse und die Reportagen deren Umsetzung in die journalistische Praxis.

In dem ersten Programm (Connaissance de l'Union européenne et des pays membres) wurden Kenntnisse über die Europäische Union, ihre Mitgliedstaaten, die europäischen Institutionen und die Gemeinschaftsprogramme vermittelt. Neben Studienreisen in EU-Mitgliedstaaten oder/und zu europäischen Institutionen wurden Seminare zu aktuellen und allgemeineren Themen (z.B. zur europäischen Geschichte) angeboten und eine zehntägige Reise in ein EU-Mitgliedsland für anschließende Beiträge in der Zeitschrift „Europ magazine“ organisiert.

Für das zweite Programm (L'Europe socio-économique et politique, d'Ouest en Est) definierten die Programmverantwortlichen ein spezielles Thema, das Gesamteuropa betraf. Kenntnisse über das Thema wurden in Seminaren vermittelt und in Reportagen für eine Sonderausgabe von „Europ magazine“ veröffentlicht. Des Weiteren wurden Seminare zu anderen europäischen Themen angeboten und ein Besuch bei einer europäischen oder internationalen Organisation (EU, NATO) durchge-

11 Zugangsvoraussetzung: Beherrschung der englischen und französischen Sprache, vier Jahre Berufserfahrung als Journalist, Alter zwischen 25-35 Jahren.

führt. Ergänzend bot ein drittes Programm Spezialisierungsmöglichkeiten mit ausgezeichneten Kontakten zu Experten des jeweiligen Themas.

Da die Europäische Kommission ihre Förderpolitik geändert hat und die bisherigen Zuschüsse aus Brüssel ab 2003 nicht mehr gewährt werden, hat die Fondation Journalistes en Europe ihre Arbeit einstellen müssen.

4.5. Fortbildungsreisen des deutschen und des französischen Außenministeriums

In regelmäßigen Abständen organisieren und finanzieren das Auswärtige Amt (früher das Bundespresseamt) und das französische Außenministerium Fortbildungsreisen und -aufenthalte für Journalisten aus dem jeweils anderen Land. Zudem werden Journalistenreisen unterstützt, die vom dfi organisiert werden. Diese Maßnahmen sollen den Informationsfluss zu aktuellen politischen und gesellschaftlichen Themen fördern und das Interesse an der Entwicklung des Partnerlandes lebendig erhalten.

5. Sonstige Formen der Kooperation im Zusammenhang mit Aus- und Fortbildung

5.1. Deutsch-Französischer Journalistenpreis¹²

Der deutsch-französische Journalistenpreis wird seit 1983 unter Federführung des Saarländischen Rundfunks in den Kategorien Fernsehen, Hörfunk und Printmedien vergeben. Der Preis wird verliehen an Autoren oder Redaktionen für Beiträge, die Deutschland betreffende Themen aus französischer bzw. Frankreich betreffende Themen aus deutscher Sicht behandeln oder europäische Fragen aus Sicht eines der beiden Länder betreffen und dadurch zu einem besseren Verständnis der wechselseitigen Standpunkte beitragen. Ebenfalls zugelassen sind Themen zur Geschichte der gegenseitigen Verständigung und der Zusam-

12 Träger sind neben dem Saarländischen Rundfunk Radio France, France Télévision, Radio France Internationale, die Holtzbrinck-Verlagsgruppe, das ZDF, der Deutsch-Französische Kulturrat und das DFJW. Informationen unter www.sr-online.de/statisch/dfjp/statuten-dt.htm.

menarbeit in Europa. Besondere Aufmerksamkeit verdient im Zusammenhang mit Aus- und Fortbildung der Sonderpreis des Deutsch-Französischen Jugendwerks. Dieser Nachwuchspreis wird für Beiträge junger Journalisten aus Hörfunk, Fernsehen und Printmedien verliehen oder für Beiträge über jugendrelevante Themen vergeben. Bei der Auswahl werden deutsch-französische Koproduktionen besonders berücksichtigt.

Ergänzend zu den genannten Preisen verleiht der Deutsch-Französische Kulturrat einen Ehrenpreis.

5.2. Informationsplattform european journalists

European journalists e.v. ist ein Netzwerk europäischer Medienschaffender, das zum Ziel hat, über Medienprojekte und Ausbildungsangebote an dem Entstehen einer europäischen Medienöffentlichkeit mitzuwirken. European journalists will direkte und interdisziplinäre Kommunikationsprozesse zwischen europäischen Journalisten, Medienwissenschaftlern und weiteren Kommunikationspartnern herstellen. Hierzu hat der Verein im Februar 2003 ein Netzwerk „Europäische Kommunikation“ gegründet. Alle Mitglieder von european journalists erhalten die Möglichkeit, das interaktive Online-Portal www.european-journalists.org mit seinen Informationsmöglichkeiten zu nutzen. Das Portal ist außerdem der Ort für Kontakte und den interdisziplinären Austausch von Journalisten, Medienschaffenden und Wissenschaftlern. European journalists organisiert darüber hinaus Begegnungen von Mitgliedern auf nationaler und internationaler Ebene und vermittelt Kontakte zu Partnern von Medienprojekten. Der zweiwöchige Newsletter hat bereits 15.000 Abonnenten. Für den journalistischen Nachwuchs werden besondere Schulungen angeboten und Kontakte zu Aus- und Weiterbildungsinstitutionen der öffentlich-rechtlichen und privatrechtlichen Medienunternehmen ermöglicht.

5.3. IPI – Interregionale Presse (Lothringen, Luxemburg, Rheinland-Pfalz, Saarland und Wallonien)

Die „Interregionale Presse - Presse Interrégionale“ (IPI) versteht sich als unabhängiger Zusammenschluss von hauptberuflich tätigen Journalistinnen und Journalisten in der Großregion Saarland/Lothringen/Luxem-

burg (Saar-Lor-Lux)/Wallonien/Rheinland-Pfalz. Der Verein hat im Durchschnitt 120 Mitglieder. Ziel ist die Förderung der grenzüberschreitenden Zusammenarbeit von Journalisten. Zu den Aufgaben gehören die Vermittlung von Kontakten über die Grenzen hinweg, die gegenseitige Hilfestellung bei der Erschließung von Informationsquellen, Hinweise auf aktuelle Ereignisse, der Austausch von Informationen zu Themen mit grenzüberschreitender Bedeutung und zu wichtigen beruflichen Entwicklungen sowie die Durchführung von Veranstaltungen. Hierfür wurde auch ein Internet-Angebot mit tagesaktuellen Schlagzeilen aus der Großregion und mehreren Datenbanken eingerichtet.¹³ Als Ansprechpartnerin dient eine gemeinsame Geschäftsstelle. Dort werden auch regionale Zeitungen ausgewertet. Außerdem erhält jedes Mitglied wöchentlich einen Terminkalender und monatlich einen Rundbrief IPI-News. Rechtsform der IPI ist ein in Saarbrücken - im Juli 1994 - eingetragener Verein. Die Satzung nennt ausdrücklich die Umwandlung in einen Europäischen Verein als Ziel, sobald die entsprechenden EU-Verordnungen vorliegen.

Im Auftrag des Gipfels der Großregion Saar-Lor-Lux, Rheinland-Pfalz, Wallonien, französische/deutschsprachige Gemeinschaften Belgiens gibt IPI einen interregionalen Presseausweis heraus.

6. Geplante neue Initiativen

6.1. Fortbildungsprogramm von ARD, ZDF, Télévision France 2 und France 3

Die Intendanten der großen öffentlichen Rundfunkanstalten Frankreichs und Deutschlands haben eine Absichtserklärung unterzeichnet, in der sie eine gemeinsame Initiative im Bereich der Fortbildung für Journalisten (aus Radio und Fernsehen) mit mehrjähriger Berufserfahrung ankündigen. Ziel ist es, in einer dreimonatigen Fortbildung einer kleinen Gruppe (ca. 12 Teilnehmer) eine erhöhte Europakompetenz zu vermitteln, die in konkrete redaktionelle Projekte einfließen soll. Diese Fortbildungseinheit soll in Zusammenarbeit mit dem Centre universitaire d'enseignement du journalisme (CUEJ) in Straßburg entwickelt werden.

¹³ Zu erreichen unter folgender Adresse: www.ipi-presse.org.

6.2. Deutsch-französischer Masterstudiengang (Journalismus)

Das Centre universitaire d'enseignement du journalisme (CUEJ) und das Frankreich-Zentrum in Freiburg planen für Herbst 2003 einen deutsch-französischen Masterstudiengang im Bereich Journalismus. Das als Spezialisierung gedachte einjährige Masterprogramm will Journalisten in beiden Ländern, die eine Journalistenschule absolviert, ein Volontariat gemacht haben oder über 2 Jahre Berufserfahrung verfügen, die journalistische Aufbereitung von aktuellen Themen im Nachbarland vermitteln, die unterschiedlichen Arbeitsweisen näher bringen und Kenntnisse vertiefen.

6.3. Fortbildungsprogramm von Radio France

Radio France startet in Zusammenarbeit mit der Universität Paris Asnières und dem DFJW im Jahr 2003 einen Aufbaustudiengang, um unter den Mitarbeitern von Radio France eine Gruppe von Journalisten mit hoher Kompetenz über deutsche Gesellschaft, Politik und Kultur heranzubilden. Hierbei kann auf die Erfahrungen der Programme der Robert Bosch Stiftung sowie an diejenigen des Jugendwerks angeknüpft werden.

7. Ergebnisse und Empfehlungen

Die Bestandsaufnahme und die Ergebnisse der Umfrage lassen einige Punkte deutlich zutage treten, die abschließend noch einmal zusammengefasst und um Empfehlungen für die weitere Entwicklung ergänzt werden sollen.

Die Interessenlage

Die prinzipielle Notwendigkeit, mehr internationale Angebote in die Aus- und Fortbildung zu integrieren, wird allgemein anerkannt. Dabei sollen, auch dies ist unstrittig, europabezogene Themen eine besondere Rolle spielen. Die Umfrage ergab ein konkretes Interesse an neuen, die bestehenden ergänzenden deutsch-französischen Initiativen. Die Bekundung von Interesse kommt sowohl von den aktiven Austauschpartnern als auch

von denjenigen, die bisher noch nicht praktische Erfahrungen gesammelt haben.

Die Nachfrage

Allerdings ist die Nachfrage zum heutigen Zeitpunkt ungleichgewichtig. Es kann nicht verschwiegen werden, dass die konkrete Nachfrage seitens französischer Studenten oder junger Journalisten viel zu gering ist, so dass auch neue Programme ins Leere laufen würden. Hier begegnen wir einer allgemeinen Tendenz zum Desinteresse an einem Aufenthalt in Deutschland, das mit dem schwach entwickelten Image der deutschen Gesellschaft und Kultur zusammenhängt. Es geht nicht in erster Linie um die alte Problematik der negativen Klischees, sondern vor allem um die Tatsache eines inexistenten Deutschlandbildes. Wer diese Tatsache anerkennt, wird der Frage nach der Motivation besondere Aufmerksamkeit widmen. Als ersten Schritt kann man eine aggressive Informationspolitik für die bestehenden Programme (DFJW, RBSG, usw.) empfehlen, längerfristig aber wird man um eine regelrechte Imagekampagne für Deutschland (und die deutsche Sprache) nicht herumkommen.

Die Motivation

Mangelnde Nachfrage kann sowohl mit Unkenntnis als auch mit mangelnder Motivation zusammenhängen. Der Unkenntnis der angebotenen Programme kann nur mit einer aktiveren Information begegnet werden. Vielschichtiger ist die Frage der Motivation. Was veranlasst einen jungen Journalisten, sich für ein deutsch-französisches, europabezogenes Programm zu interessieren? Entscheidend dürfte die Erkenntnis sein, dass ein solches internationales Aus- oder Fortbildungselement die eigene Qualifikation stärkt und somit einen Karrierevorsprung bedeutet. Wer einmal mit solchen Austausch- oder Kooperationsprogrammen Erfahrungen gesammelt hat, wird zudem erkennen, dass es sich um eine langfristige Investition handelt, die sich sowohl auf der Ebene des Wissens als auch auf der Ebene der persönlichen Kontakte auszahlt. Daher ist es von zentraler Bedeutung, möglichst früh in der Ausbildung Elemente zu integrieren, die einer großen Anzahl von Nachwuchsjournalisten diese Erfahrung ermögli-

chen. Denn die Erfahrung mit den Fortbildungsreisen des dfi zeigt, dass sich ein hoher Prozentsatz der Teilnehmer in den folgenden Jahren erneut um einen Platz bewirbt, d.h. die Wiederholungsrate ist relativ hoch. Auch die Evaluation des DFJW-Programms hat ergeben, dass die einmalige Teilnahme an dem Stipendienprogramm nur bei einem kleinen Teil eine verstärkte Wahrnehmung von und ein höheres Interesse an europäischen oder deutsch-französischen Themen zur Folge hat. Auch hier gilt, dass eine einzelne Maßnahme zwar die Öffnung des eigenen Horizonts zur Folge haben mag, eine nachhaltige Auswirkung auf die berufliche Praxis stellt sich aber erst auf Dauer und durch wiederholte Anreize und Angebote ein. Die traditionelle Motivation der Neugier bei der Entdeckung des Fremden tritt hingegen zunehmend in den Hintergrund, weil die deutsche und französische Gesellschaft vergleichsweise ähnlich und relativ bekannt sind oder zumindest so erscheinen.

Die Sprachenfrage

Die Bestandsaufnahme der bestehenden Kooperation zeigt überdeutlich, dass eine zentrale Frage im Journalistenaustausch die Sprachenfrage ist. Erheblich mehr als in anderen Bereichen des Austauschs ist Sprache in diesem Fall ja nicht nur Vehikel für Kommunikation, sondern zudem Arbeitsinstrument, Gegenstand der beruflichen Tätigkeit. Daher muss dieser Aspekt noch sorgfältiger als in anderen Bereichen des Austauschs und der Kooperation betrachtet werden.

Bei all jenen Formen der Ausbildung, wo ein längerer Aufenthalt in einer Redaktion vorgesehen ist, sind ausgezeichnete Sprachkenntnisse unverzichtbar. Der Aufenthalt selbst ist zum Spracherwerb nur dann geeignet, wenn bereits ausgezeichnete Kenntnisse vorliegen und eine schnelle Integration gewährleistet ist. Entscheidend für den Erfolg dieser Austauschform, die vor allem das Programm des DFJW betrifft, ist die klare Information über das Erforderte und zu Erwartende, und zwar bei den Teilnehmern ebenso wie bei den aufnehmenden Redaktionen. Die vom DFJW vorab angebotenen Sprachkurse sind unbedingt beizubehalten.

Spracherwerb müsste im Berufsfeld „Journalismus“ nach Möglichkeit früh in der Ausbildungsphase integriert werden, damit bei Erreichen der ersten festen Arbeitsplätze gute bis sehr gute Kenntnisse vorliegen. Daher wären feste Partnerschaften zwischen Ausbildungseinrichtungen

zu begrüßen, auch wenn die geringe Kompatibilität der Systeme ein erhebliches Hindernis darstellt. Der geplante Master-Studiengang von Freiburg und Straßburg deutet in diese Richtung, auch wenn es sich hier nicht um die akademische Grundausbildung, sondern um einen Aufbau-studiengang handelt.

Bei allen Formen der Fortbildung spielt die Sprachenfrage eine andere Rolle. Wer als Journalist in seinem eigenen nationalen Kontext arbeitet, kann sich für die Aktualität des anderen Landes beruflich und persönlich interessieren, ohne deshalb die Sprache sprechen oder verstehen zu müssen. Dies entspricht auch der momentanen Realität und wird in den Fortbildungsprogrammen (etwa der Robert Bosch Stiftung) berücksichtigt. Erhebliche Mittel fließen in die Übersetzer- und Dolmetscherdienste. Aber auch im Bereich der Fortbildung wird die zumindest passive Kenntnis der Partnersprache dann von entscheidender Bedeutung sein, wenn in gemischten Gruppen an konkreten europäischen oder bilateral vergleichenden Themen gearbeitet wird. Ein Ausweichen auf die in solchen Fällen oft voreilig gewählte Drittsprache Englisch verbietet sich im Falle des Journalismus weitgehend, da kaum ein für die Redaktion von Texten geeignetes Niveau bei allen Teilnehmern vorausgesetzt werden kann.

So führt kein Weg an der Erkenntnis vorbei, dass wir in der Sprachenfrage mit einer doppelten Strategie arbeiten müssen. Einerseits sollte die Partnersprache sehr früh in die curriculare Entwicklung integriert werden, und zwar von der schulischen Bildung an, zumindest aber als Begleitelement in der akademischen Ausbildung. Andererseits wird es auch Fortbildungsangebote für aktive Journalisten geben müssen, für die keine Fremdsprachenkenntnisse vorausgesetzt werden. Anderenfalls würde man den Kreis der Teilnehmer auf eine schmale Schicht der Deutschsprachigen bzw. Französischsprachigen einengen.

Die pädagogischen Formen

Die Heterogenität der Ausbildungssysteme verhindert einen in anderen universitären Sparten möglichen und erfolgreichen Austausch. Daher ist auf dem Niveau der Grundausbildung erhebliche Phantasie erforderlich, um zwischen deutschen Volontären und französischen Studenten der staatlich anerkannten „écoles de journalisme“ Austausch zu ermöglichen. Positive Beispiele aber zeigen, dass dies grundsätzlich möglich ist.

Die Zeitfenster in der sehr eng vorgegebenen französischen Ausbildung sind knapp bemessen, aber in der Phase des zweiten Praktikums (das erste findet obligatorisch in einer französischen Regionalredaktion statt) wäre ein Auslandsaufenthalt prinzipiell möglich. Hier könnte bei der Fortentwicklung der bestehenden Programme angesetzt werden. Eine weitere Möglichkeit wäre ein verstärkter Dozentenaustausch, da hier nur wenige Personen mit geringerem finanziellem Aufwand bewegt werden müssten. Angesichts der komplizierten Ausgangslage bei der Grundausbildung kommt der begleitenden Fortbildung hohe Bedeutung zu, und zwar bei allen Altersgruppen. Intensive modulare Formen bieten sich an, sei es in Form von gemischten Fachseminaren zu europäischen Themen oder als produktorientierte Projektarbeit (gemeinsame Erstellung eines journalistischen Produkts).

Organisatorisch und vom Ergebnis her bewährt haben sich die Fortbildungsreisen, die von staatlichen (deutsches und französisches Außenministerium) oder privaten Stellen (Robert Bosch Stiftung, dfi) initiiert und realisiert werden. Auch hier kann unabhängig von der Sprachkompetenz themenbezogen gearbeitet werden, sodass ein journalistischer Mehrwert erreicht wird.

Der Mehraufwand

Fortbildungen, Austauschprogramme oder Kooperation in der Ausbildung sind notwendig mit finanziellem und persönlichem Mehraufwand verbunden. Darüber muss bei der Weiterentwicklung der deutsch-französischen Zusammenarbeit Klarheit bestehen. Die aufnehmenden bzw. entsendenden Ausbildungsstätten oder Medien müssen genauso vom Nutzen überzeugt sein wie die Geldgeber und die Teilnehmer an den Programmen. Daher ist eine gezielte Werbung für die bestehenden Programme ebenso nötig wie eine Ausrichtung der Maßnahmen an den effektiven Bedürfnissen der Betroffenen.

Der Mehraufwand seitens der Redaktionen ist auch dann noch erheblich, wenn für die entsandte oder aufgenommene Person keine zusätzlichen Personalkosten entstehen. Die Integration einer Person aus einem anderen sprachlichen und kulturellen Umfeld ist immer, sofern der Aufenthalt zu einem Erfolg werden soll, eine zusätzliche Anforderung an die regulären Mitarbeiter.

Der finanzielle Aufwand staatlicher oder privater Geldgeber ist angesichts der Tatsache, dass es sich um gezielte Programme für eine äußerst wichtige Minderheit mit erheblicher Multiplikatorenwirkung handelt, durchaus vertretbar. Allerdings ist darauf zu achten, dass der Verwaltungsaufwand durch einfache Bewerbungs- und Planungsverfahren möglichst gering gehalten wird.

Einige Empfehlungen

1. Stärkung der erfolgreichen Programme

Einige bestehende Programme haben sich über Jahre bewährt und könnten mit geringem Mitteleinsatz noch erweitert werden, sofern die Nachfrage nachgewiesen ist. Bei sinkender Nachfrage ist es sinnvoller, die bestehenden Programme anzupassen und gezielter zu vermarkten als neue zu schaffen. Grundsätzlich gilt, dass zunächst diejenigen Aktivitäten Unterstützung verdienen, die ihre Funktionsfähigkeit und Marktgängigkeit bewiesen haben.

2. Bessere Information über die bestehenden Programme

Durch gezielte Information, etwa für das Programm des DFJW, kann eine bessere Auslastung und stärkere Nachfrage erreicht werden. Der Informationsfluss über die bereits bestehenden Programme kann erheblich verbessert werden, wenn man eine gemeinsame (möglicherweise virtuelle) Plattform für die bisherigen Programme schafft. Das Netz der Auslandskorrespondenten kann für die Zirkulation von Information genauso genutzt werden wie ein zu schaffendes Netzwerk der ehemaligen Teilnehmer an den einzelnen Programmen.

3. Mögliche neue Initiativen

3.1. Wie in anderen Bereichen, wo sich deutsch-französische Kooperation über Jahre bewährt hat, ist die Erweiterung auf sogenannte Drittländer möglich und sinnvoll. Dies kann auf einer mittleren Ebene zwischen

der bilateralen Kooperation und einer allgemein europäischen Ebene geschehen.

3.2. Als organisatorisch und pädagogisch angemessene Form in Aus- und Fortbildung erweisen sich intensive Workshops zu einzelnen Themen. Hierdurch können Differenzen in den Ausbildungssystemen als Behinderung der Kooperation umgangen werden und den Teilnehmern ist der unmittelbare professionelle Nutzen einsichtig – der Mehrwert neuer Kontakte und besserer Kenntnis der Kultur und der Gesellschaft des Partnerlandes ergibt sich zudem automatisch.

3.3. Angesichts der auch auf längere Sicht sehr unterschiedlichen Ausbildungssysteme bietet es sich an, im Bereich der Fortbildung mit europabezogenen, fachlichen Aufbaustudien zu planen, die flexibel in die berufliche Wirklichkeit integriert werden können und modular aufzubauen sind. Eine Unterteilung von Fortbildungsinhalten in Module hat sich im universitären Bereich bewährt und erlaubt Flexibilität in Inhalten, pädagogischen Formen und Organisation.

Teil 2

40 Jahre Elysée-Vertrag aus Sicht der Deutschland- und Frankreichkorrespondenten

Eine Diskussion mit deutschen und französischen Auslandskorrespondenten von Radio, Fernsehen und Presse

Zum 40. Jahrestag des Elysée-Vertrags luden das Presse- und Informationsamt der Bundesregierung und das französische Außenministerium über 30 deutsche und französische Korrespondenten zu einem Runden Tisch ins Auswärtige Amt in Berlin ein. Im Mittelpunkt der Diskussion standen neben der Reflexion über die Bedeutung des Jahrestags und den Stand der deutsch-französischen Beziehungen vor allem das mediale Interesse am jeweils anderen Land und damit die Nachfrage der Redaktionen nach deutsch-französischen Themen, journalistische Ansatzpunkte, Themen und Vorurteile in der Berichterstattung sowie Probleme bei der Korrespondententätigkeit im jeweils anderen Land.

I. Begrüßung

Michael Gerdts, der Leiter der Kommunikationsabteilung des Auswärtigen Amtes (damals noch Auslandsabteilung des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung) begrüßte die Teilnehmer im Welsaal des Auswärtigen Amtes. Natürlich sei auch diese Veranstaltung eine deutsch-französische Kooperation, wie es in diesen Tagen der Feierlichkeiten zum 40. Jahrestag des Elysée-Vertrags üblich sei. In Zusammenarbeit mit den Kollegen vom Quai d'Orsay, und dort vor allem mit der Kommunikationsabteilung, sei diese Diskussionsveranstaltung entstanden. Man habe, so Gerdts, in den voraufgegangenen Tagen viel zum deutsch-französischen Verhältnis gelesen und gehört: Erklärungen zum 40. Jahrestag, zum deutsch-französischen Verteidigungs- und Sicherheitsrat. Man hörte vom neuen Generalsekretär, gemeinsamen Kabinettsitzungen, von einer europäischen Sicherheits- und Verteidigungsunion und von gemeinsamen Initiativen im europäischen Konvent. Das deutsch-französische Verhältnis sei in vielfacher Weise beschrieben und mit symbolischen Begrif-

fen belegt worden. Der berühmte „Motor“ etwa sei in so vielfacher Weise überstrapaziert worden, dass man schon Angst haben müsse, er laufe heiß. Manche nannten das deutsch-französische Verhältnis eine „Liebesbeziehung“. Andere fänden wiederum, dass es eine „Vernunfttehe“ sei. Und dann sei immer wieder die „Schicksalsgemeinschaft“ reklamiert worden – mit einem leichten Anklang an „Götterdämmerung“. Neu in dieser ganzen Sprachwelt sei, so unterstrich Herr Gerdts, die „Superachse Chirac-Schröder“ oder die Beschreibung der beiden als „das Überraschungspaar des Neuen Jahres.“ Das klinge ein bisschen nach „Boris Becker und Catherine Deneuve haben sich getroffen“.

Um diese Bilder und Metaphern zu hinterfragen und der Wirklichkeit in der wechselseitigen Wahrnehmung einen Schritt näher zu kommen, haben das Auswärtige Amt und das französische Außenministerium die Initiative ergriffen und die Korrespondenten im jeweils anderen Land zu einem Gedanken- und Erfahrungsaustausch eingeladen. Was ist es nun wirklich, das diese deutsch-französische Partnerschaft zusammenhält? Was lässt sie ticken? Was ist der Kitt zwischen Deutschen und Franzosen? Wie füllen die Menschen in beiden Ländern den politischen Rahmen aus, der uns vorgegeben ist? Das seien eigentlich die Fragen, neben anderen, die es zu diskutieren gelte. Niemand habe eine so breite Erfahrung, zum Teil jahrzehntelange Gewohnheit der Analyse, wie die Auslandskorrespondenten. Es gehe in dieser Diskussion darum, jenseits der staatstragenden Reden ein bisschen Farbe zu gewinnen, etwas Fleisch an die Knochen des deutsch-französischen Verhältnisses und der Partnerschaft zu geben. Herr Gerdts dankte seiner Kollegin vom Quai d’Orsay, Marion Paradas, und Herrn Nonnenmacher, Herausgeber der FAZ, der das Gespräch moderierte. Dann begrüßte er Gérard Saint-Paul, Chefredakteur von ARTE, und Herrn Raff, Intendant des Saarländischen Rundfunks, die mit einem kurzen Referat in die Thematik einführten. Schließlich dankte er dem Deutsch-Französischen Institut Ludwigsburg für die Vorbereitung der Tagung und die Dokumentation der Ergebnisse.

Anschließend begrüßte auch Marion Paradas, Leiterin des Referats Kommunikation im französischen Außenministerium, die Teilnehmer sehr herzlich zum Runden Tisch der Auslandskorrespondenten. Das Treffen finde zu einem besonders symbolischen Moment der deutsch-französischen Beziehungen statt: der französische Präsident Jacques Chirac und der deutsche Bundeskanzler Gerhard Schröder hätten am 22. und 23. Januar 2003 eine neue Etappe der Zusammenarbeit eingeleitet. Diese

Etappe sei vielversprechend und voller Herausforderungen, die gemeinsam gemeistert werden müssten. Das Zusammentreffen der Korrespondenten diene dazu, diesen besonderen Moment zu feiern, insbesondere aber auch, um gemeinsam über die Bedeutung und Tragweite des Jubiläums nachzudenken, über seine Bedeutung für die deutsch-französischen Beziehungen und für die Vertiefung der europäischen Integration. Für all diese Aspekte sei die tagtägliche Erfahrung der Journalisten, die im Nachbarland leben und arbeiten, besonders nützlich. Frau Paradas wies darauf hin, dass derartige Seminare seit mehreren Jahren mit ihren deutschen Partnern auch in den EU-Beitrittsländern organisiert würden, um eine gemeinsame Reflexion über Europa anzustoßen und das eigene Vorgehen zu verbessern.

II. Impulsreferate

Fritz Raff, Intendant des Saarländischen Rundfunks

Wie die Medien den Elysée-Vertrag erfüllen und erfüllen könnten

Der deutsch-französische Freundschaftsvertrag von 1963 sieht vor, dass die Medien bei der deutsch-französischen Verständigung mitwirken. Der Saarländische Rundfunk, 1935 von den Nazis als Propagandastimme gegen Frankreich gegründet, wurde nach dem Zweiten Weltkrieg teilweise von französischen Offizieren geleitet und zweimal in das Sendegebiet der ARD wieder eingegliedert. In den vergangenen vier Jahrzehnten ist er der französischste aller deutschen Rundfunksender geworden. Seit dem Elysée-Vertrag hat er die Federführung in der deutsch-französischen Hörfunkkommission, in der ARD und Radio France zusammenarbeiten. Die Kooperation umfasst gemeinsame Sendungen in Hörfunk und Fernsehen, den gemeinsamen Erwerb von Sportrechten und ein gemeinsames Auftreten gegenüber der Europäischen Kommission. Eine gegenseitige Nutzung der digitalen Archive wird angestrebt. Der Saarländische Rundfunk sendet regelmäßig Nachrichten in französischer Sprache, kooperiert mit den Kollegen in Lothringen und Luxemburg, und es gibt gemeinsame Konzerte der Rundfunksymphonieorchester. Überdies vergibt er den hochdotierten deutsch-französischen Journalistenpreis.

Trotz aller Fortschritte gibt es Anlass zur Sorge. In beiden Ländern ist die Auslandsberichterstattung in den letzten Jahren zurückgegangen.

Abseits der deutsch-französischen Grenzregionen hat das Interesse am Nachbarn deutlich nachgelassen. Immer weniger wird – auch im Saarland und im benachbarten Lothringen – die jeweils andere Sprache erlernt. Auch deutsch-französische Medienprojekte scheitern mittlerweile an Sprachschwierigkeiten.

Der Saarländische Rundfunk versucht gerade bei jungen Journalisten und Programmachern gegenzusteuern. Einmal im Jahr organisiert der Jugendsender des Saarländischen Rundfunks mit Le Mouv' von Radio France eine deutsch-französische Rundfunkwerkstatt, die bleibende Kontakte und Ideen für gemeinsame Projekte hervorbringt. Im April 2003 werden auf Initiative des Saarländischen Rundfunks erstmals alle Jugendfunkredaktionen der ARD mit den Kollegen von Le Mouv' zusammenkommen. Ziel ist der regelmäßige Austausch von Themen, Beiträgen und Mitarbeitern, sowie Bausteine zu entwickeln für gemeinsame Sendungen. Dies könnte auch für die Etablierten in den Medien ein Vorbild sein. Mehr Austausch zwischen den Journalisten und mehr Berichte über den Nachbarn, zum Beispiel auch aus den Grenzregionen, können den Elysée-Vertrag mit Leben füllen.

Eine andere Möglichkeit ist, dass deutsche und französische Journalisten gemeinsam ein journalistisches Produkt erstellen, etwa ein deutsch-französisches „ARTE-Radio“, eine populäre Kulturwelle mit einem Musik-Mix aus Klassik, Jazz und anspruchsvoller Popmusik, mit Nachrichtenfenstern in beiden Sprachen sowie deutsch-französischen und europäischen Themenschwerpunkten. Eine Realisierung wäre mit geringen Kosten unter Rückgriff auf das Mitarbeiternetzwerk und die Archive von ARD und Radio France möglich.

Gérard Saint-Paul, Chefredakteur von ARTE

Der Charakter der Beziehungen 40 Jahre nach dem Elysée-Vertrag

Die große Journalistin Françoise Giroud sagte 1992 in einem Interview, die Einstellung der Franzosen gegenüber Deutschland sei von Gleichgültigkeit geprägt. Dies sei schon ein Fortschritt gegenüber der früheren Ablehnung. Jüngste Umfragen von Ipsos zeigen allerdings, dass 57 oder 58 % der Befragten auf beiden Seiten des Rheins Empathie für das andere Land empfinden. Die deutsch-französischen Beziehungen

sind stark von Subjektivität geprägt. Eine provokante Frage ist, ob die Beziehungen real oder nur virtuell sind. In jedem Fall brauchen sie Rituale, Begegnungen, große Zeremonien und Gesten – um zu zeigen, dass sie existieren, und damit wir uns gegenseitig des Anderen versichern können. Auch zum 40. Jubiläum wurden Gesten gesucht, doch es wurden keine gefunden. Die Wahl von Versailles als Tagungsort war allerdings ein starkes Zeichen.

Wir Journalisten suchen immer wieder nach dem rationalen und emotionalen Inhalt der deutsch-französischen Beziehungen. Ich habe Jacques Chirac und Gerhard Schröder danach gefragt. Sie antworteten: gegenseitiger Respekt und Freundschaft. Chirac spricht überdies häufig von Faszination. Das ist nicht schlecht, zumal wir von der anderen Seite des Atlantiks als altes Europa bezeichnet werden. Der Politologe Alfred Grosser hat es mit Saint-Exupéry auf den Punkt gebracht: Liebe ist nicht, sich in die Augen zu schauen, sondern in die gleiche Richtung zu blicken.

Heute ist in den deutsch-französischen Beziehungen nichts neutral, nichts ist gleichgültig. Der Vertrag von 1963 und die Erklärung zum 40. Jahrestag zeigen, dass die Beziehungen zwischen den beiden Völkern nicht rückgängig gemacht werden können. Um sie in Bewegung zu halten, muss weiter gegangen werden, für Europa und dank Europas. Es mag Rückschläge geben, aber keine Scheidung. Die Bevölkerung trifft sich in den Sommerferien, Franzosen und Deutsche arbeiten zusammen. Die alten Klischees zwischen dem gallischen Hahn und dem deutschen Adler müssen aufgegeben werden.

Deutschland hat sich normalisiert, banalisiert, vielleicht sogar ein wenig latinisiert. Der Kniefall von Brandt in Warschau hat das Deutschlandbild verändert, man kann Deutschland seither ohne Hintergedanken mögen. Mit der wachsenden Migration sind beide Länder einen Schritt hin zu einer europäischen Kultur gegangen. Was in der Politik zählt sind Menschen und persönliche Bindungen. Der 22. und 23. Januar wird allen einen Impuls geben.

Ein Vorschlag, den Deutschland zum 40. Jahrestag gemacht hat, ist revolutionär: man solle die Staatsbürgerschaft annehmen können, wenn man in dem anderen Land lebt. Dieser Vorschlag zeigt, dass die deutsch-französische Annäherung heute sehr real und sehr ernst gemeint ist.

III. Zusammenfassung der Diskussion

Bei der anschließenden Diskussion wurden zahlreiche Aspekte angesprochen und vielfältige Erfahrungen geschildert. Die nachfolgenden Punkte fassen die wichtigsten Elemente des Gesprächs zusammen. Im Mittelpunkt des Interesses standen die sich wandelnden Arbeitsbedingungen der Auslandskorrespondenten.

Klischees und Wissen über das Nachbarland

Das Deutschland- und das Frankreich-Bild in der medialen Berichterstattung sind immer noch von Klischees geprägt. Diese sind als Einstieg in Beiträge oft unverzichtbar, sie geben Anlass für Aufklärung oder sind Gegenstand eines ironischen Spiels. Allerdings ist all zu oft die Kreativität der Journalisten begrenzt, so dass falsche Stereotypen verstärkt werden. Gespielt wird seit Jahrzehnten mit dem Gallischen Hahn und dem Bundesadler, mit dem deutschen Michel und der Marianne. Die Symbole sind eindeutig belegt – der Michel gilt als tumb, die Marianne als hinterlistig. Allerdings ist eine Trendwende erkennbar, die mit dem Generationswechsel in den Redaktionen zusammenhängt. Während die ältere Generation ein größeres Frankreichinteresse bei stärkerer Klischeeverhaftung habe, würden sich die jüngeren Journalisten weniger Klischees bedienen, bei gleichzeitig geringerem Interesse am Nachbarn.

In den letzten 30 Jahren hat sich die politische Kenntnis über das jeweilige Nachbarland verbessert, etwa zur Regierungszusammensetzung, zum politischen System etc. Das Wissen über den typischen deutschen bzw. französischen Alltag, über Traditionen und Gepflogenheiten sei jedoch auch bei Menschen, die das Nachbarland beispielsweise aus geschäftlichen Gründen regelmäßig besuchen, gering. Berichte über solche Themen würden von den Redaktionen nicht mehr abgefragt. Dies kann mittelfristig zu einem mangelnden Verständnis zwischen Deutschen und Franzosen führen.

Die Nachfrage nach deutsch-französischer Berichterstattung ist gesunken

Die Mehrzahl der anwesenden Journalisten beklagte zunehmende Schwierigkeiten dabei, deutsch-französische Themen bzw. Berichte aus dem anderen Land in der Heimatredaktion abzusetzen. Die Korrespondenten verschiedener Medien berichteten, dass der Umfang der Auslandsberichterstattung bei einer insgesamt wachsenden Bedeutung von Nachrichten nicht zugenommen habe. Ausnahmen bildeten etwa der Sender Phoenix, die Inforadios und manche Zeitungen. Mehrere Fernseh- und Radiojournalisten betonten, dass sich in den letzten 20 Jahren der Rhythmus der Sendungen und Beiträge beschleunigt habe. Themen rutschten aus der Hauptsendezeit in Sendungen mit geringer Einschaltquote wie z.B. „Heute in Europa“ (ZDF). Hintergrundberichte über Entwicklungen im anderen Land, die nicht durch die unmittelbare Aktualität getrieben sind, fänden kaum noch statt. Durch die Kürze der Beiträge bleibe bei den Zuschauern kaum noch etwa hängen, etwa wenn in 1 Min. 30 Sek. die deutsch-französischen Kriege seit 1870 aufgearbeitet werden. Im Hörfunk, der sich mit Ausnahme einiger Sender vom Info- zum unterhaltendem Begleitmedium entwickelt habe, gelte „zu viel Wort“ als quotenschädlich. Politik werde nur noch als Entertainment angenommen, während Musik als Rahmen der Beiträge an Bedeutung gewonnen habe. Die politische Berichterstattung, insbesondere auch die aus dem Ausland, werde nicht mehr als so wichtig gesehen und vor allem durch Zeitungen und das Internet abgedeckt. Allerdings ist auch in den Printmedien die Platzfrage zum Problem geworden: Dem gewachsenen Themenangebot steht seit Monaten ein gesunkener Seitenumfang gegenüber.

Die Fachkenntnis und das Interesse in den Heimatredaktionen nimmt ab

Die Betreuung der Auslandsthemen obliegt bei den meisten Medien nicht mehr ausschließlich einem klassischen Auslandsressort, sondern ist in die Fachressorts, zum Beispiel für Kultur oder Wirtschaft, gerückt. Da in den Heimatredaktionen vor allem bei jüngeren Kollegen oft das Fachwissen über das Nachbarland fehle, müsse viel Aufklärungsarbeit geleistet werden, bevor Themen angenommen würden. Historische Aspekte spielen für jüngere Korrespondenten kaum noch eine Rolle. Die

Bedeutung deutsch-französischer Themen ist in vielen Redaktionen schon immer umstritten: Schon vor Jahren wurde die Exklusivität des Verhältnisses auch vor dem Hintergrund der transatlantischen Beziehungen in Frage gestellt, in denen Frankreich aus Sicht mancher deutscher Journalisten als Störenfried wahrgenommen wurde. Der „persönliche Faktor“ in den Redaktionen dürfe nicht unterschätzt werden, da dieser durchaus die Veröffentlichung von Frankreich-Berichten verhindern könnte.

Die „Normalisierung“ erschwert die Platzierung von Berichten

Für französische Korrespondenten in Deutschland war die Identifikation von Themen und die Platzierung von Geschichten über Jahrzehnte ein leichtes Unterfangen. Jetzt seien jedoch nicht nur die deutsch-französischen Beziehungen banalisiert, sondern Deutschland insgesamt habe sich spätestens seit dem Fall der Mauer normalisiert. Auch Frankreich ist aus Sicht der deutschen Öffentlichkeit an den Rand gerückt: Der Effekt des Besonderen existiert nicht mehr, unter anderem da die meisten Deutschen das Land durch Reisen kennen. Heute werde nicht mehr primär über die bilateralen Beziehungen Deutschlands und Frankreichs berichtet, sondern über Deutschland und Frankreich als Teil der EU.

Journalistische Ansatzpunkte für deutsch-französische Berichte

Die Herausforderung für deutsche und französische Korrespondenten liegt also darin, Berichte über ein Nachbarland anzubieten, das nicht immer im Mittelpunkt der Aktualität steht, nicht mehr als außergewöhnlich eingeschätzt wird, gleichzeitig aber durchaus anders funktioniert als das eigene. Rituale wie Gipfeltreffen oder Jubiläen dienen den Korrespondenten als Aufhänger, um Geschichten aus dem Alltag im Nachbarland zu erzählen, sich mit Klischees auseinander zu setzen oder auch Wirtschaftsthemen aufzugreifen. Wünschenswert sei es jedoch überdies, mehr Mut zum Konflikt zu beweisen. Jenseits der Jubelgeschichten, die die Politik aus eigenem Interesse anböte, sollten auch die negativen Folgen der an sich positiven Idee der deutsch-französischen Freundschaft aufgegriffen werden. Beispiele dafür sind deutsch-französische Scheidungskriege oder der Umgang Frankreichs mit den früheren Beziehungen

zur DDR. Gesellschaftliche Themen sollten auch von Massenmedien wie dem Fernsehen bearbeitet werden – ein verstärktes Angebot könne auch seine Nachfrage schaffen. Darauf aufbauend könne später die Berichterstattung auch stärker auf Politikthemen ausgeweitet werden. Für französische Korrespondenten ist auch der Übergang Deutschlands von der Abnormalität in die Normalität von Interesse. So liefere zum Beispiel die aktuelle Krise Deutschlands eine Menge Themen.

Probleme bei der Berichterstattung

Deutsche und französische Teilnehmer bemängelten gleichermaßen die Informationspolitik in den jeweils anderen Hauptstädten. In Berlin wie in Paris sei es für Auslandskorrespondenten schwierig, zeitgleich mit den nationalen Kollegen an Informationen zu kommen. Einige Korrespondenten gerieten dadurch unter Druck, vor allem wenn in den Zentralen Redakteure mit einem ohnehin guten Wissen über das Land im Internet die ausländische Tagespresse verfolgen. Es reiche nicht mehr, nur die Tageszeitung zu lesen, und die Geschichte einen Tag später zu verkaufen. Manche Themen fallen dadurch ganz unter den Tisch, da die Heimatredaktionen sie einen Tag später als veraltet einstufen. Eine Privilegierung der deutsch-französischen Achse in der Pressearbeit sei weder in Berlin noch in Paris auszumachen. Beide Regierungen und auch die Fachministerien laden vor allem nationale Journalisten und gegebenenfalls noch die angelsächsische Presse zu Briefings ein, Rückrufe an ausländische Korrespondenten erfolgen spät oder gar nicht. Dies gelte in Berlin zum Beispiel für das Bundesfinanzministerium, in Paris neben dem Finanzministerium auch für die Pressestelle des Premierministers im Matignon. In Frankreich werde die Information unter anderem wegen des Fehlens einer Institution wie die Bundespressekonferenz sehr viel gezielter „häppchenweise“ zugeteilt, Regierungsmitglieder äußern sich nur, wenn es für sie positiv ist. Anders als viele Unternehmen scheinen die Regierungen es nicht als Priorität zu sehen, dass auch die internationale Presse korrekt berichtet. Eine Konkurrenz zur Berichterstattung aus Paris und Berlin entstehe zudem durch das „Outsourcing“ des Deutsch-Französischen nach Brüssel. Ein Grund ist, dass sich die Minister beider Länder in der EU-Hauptstadt häufiger treffen als in Berlin und Paris. Oftmals sei der Zugang zu Gesprächspartnern aus den Regierungen in Brüssel einfacher als in

nationalen Hauptstädten. Die Korrespondentenbüros dort würden ausgebaut. Die Brüsseler Sicht auf einzelne EU-Länder sei aber zwangsläufig oberflächlicher, so dass die Vorurteile und Klischees dadurch verstärkt würden. Wünschenswert sei es, dass die bilaterale deutsch-französische Ebene in Brüssel stärker betont werde: Im Falle von deutsch-französischen Initiativen sollten beide Delegationen gemeinsame Briefings veranstalten.

Sparzwänge führen zu weniger qualifiziertem Personal, auch in den Heimatredaktionen. Bei Regionalzeitungen stellten teilweise Sportredakteure am Wochenende aus Agenturen die Berichterstattung zusammen, ohne dass sie das nötige Fachwissen hätten. In vielen Redaktionen, die über keine eigenen Korrespondentenbüros in Paris verfügen, seien auch die Budgets für freie Mitarbeiter gesunken, so dass weniger Beiträge aus Frankreich eingekauft würden.

Bei deutsch-französischen Ko-Produktionen ist es häufig schwierig, einen gemeinsamen Blickwinkel zu finden, der auf beiden Seiten des Rheins anknüpfungsfähig ist. Ein gutes Beispiel hierfür sei das in beiden Ländern drängende Rententhema. Die Zusammenarbeit werde auch erschwert durch unterschiedliche journalistische Stile. So hätten beispielsweise bei der Produktion der Jubiläums-Sonderseiten von Berliner Zeitung und Libération nicht nur stilistische Unterschiede, sondern auch die Bewertung und Darstellung von Einzelthemen für Konflikt gesorgt.

Das deutsche Fernsehen hatte bei der Berichterstattung über das Elysée-Jubiläum Schwierigkeiten durch die schlechte Qualität der Bilder, die vom französischen Fernsehen als „unliebsame Schnipsel“ an die Eurovision geliefert wurden. Während Chirac durch die eine Kamera gut gefilmt worden sei, habe die zweite gewackelt, wenn Schröder sprach.

IV. Fazit

Nach 40 Jahren organisierter deutsch-französischer Zusammenarbeit und nach mehr als 50 Jahren erfolgreicher Aussöhnung ist Normalität eingekehrt. Dieser unbestreitbare Erfolg ist gleichzeitig der Kern eines neuen Problems, der sich an der Arbeit der Korrespondenten stellvertretend ablesen lässt: Wo keine Konflikte sind und Verständigung die Normalität ist, kommt kein journalistisches Interesse auf. Damit schwindet aber mittelfristig auch die wechselseitige Kenntnis des anderen Landes, das eben

trotz tendenzieller Annäherung kulturell, politisch und sozial sehr unterschiedlich bleibt. Gegenseitige Unkenntnis wäre die Folge, die gepaart mit mangelnden Sprachkenntnissen zu einer schleichenden Entfremdung der Gesellschaften führen kann.

Den „guten alten Zeiten“ nachzutrauern hat keinen Sinn. Eine neue Ebene der Zusammenarbeit auch unter Journalisten kann verstärkt werden, wenn schon auf der Ausbildungsebene Kontakte aufgebaut werden, die später als Netzwerke ihre Früchte tragen. Gemeinsame Fortbildungen können zudem zu pragmatischen Formen der Zusammenarbeit führen, die auch in Zeiten knapper Ressourcen für die Medien möglich und sogar kostengünstig sind.

Préface

Les démocraties du 21^{ème} siècle dépendront, plus que jamais, de la haute qualité des médias qui en sont partie intégrante. Les médias doivent accomplir une mission complexe et exigeante pour contrôler les institutions démocratiques d'une part, assurer la communication entre le milieu politique et les électeurs d'autre part. Ceci est vrai pour la politique internationale, et tout particulièrement pour la dimension européenne en raison de la multiplication des domaines politiques relevant aussi bien des nations que des institutions communautaires. Et dans le cas très spécifique de la coopération franco-allemande, les médias ont également une grande responsabilité. Dépasser les anciens stéréotypes, améliorer la connaissance réciproque et promouvoir la coopération à tous les niveaux de la vie politique et sociale, cela ne serait pas possible sans l'appui des médias. Le développement dynamique de la coopération dans le domaine du journalisme est par conséquent une tâche importante et un travail de longue haleine.

Les pages suivantes (première partie) sont la conclusion d'une mission confiée au dfi par les gouvernements français et allemand à l'occasion du sommet de Schwerin de 2002. Nous présentons aux lecteurs les résultats d'une analyse approfondie des coopérations existantes en formation de base et en formation continue pour journalistes. En dehors des informations sur la situation actuelle, nous proposons quelques suggestions en vue d'initiatives nouvelles.

Dans le chapitre suivant (deuxième partie), nous résumons les résultats d'une journée de discussions avec les journalistes allemands et français en mission dans le pays partenaire, qui s'est tenue à Berlin le 24 janvier 2003 sur invitation du Auswärtiges Amt et du Quai d'Orsay. Les problématiques pratiques et systématiques du travail de correspondant, discutées par les participants dans ce contexte, sont intimement liées aux formes de coopération franco-allemande dans la formation continue des journalistes.

La préparation du bilan des coopérations existantes a été réalisée avec l'appui de la fondation ASKO EUROPA, la publication des résultats a été rendue possible grâce au soutien des directions de la communication du ministère des Affaires étrangères allemand et du Quai d'Orsay.

Frank Baasner

Première partie

La coopération franco-allemande dans le domaine de la formation de journalistes – bilan et perspectives

1. Le contexte

Le développement dynamique de l'Union européenne et la vitesse croissante avec laquelle elle s'engage dans un élargissement sans pareil, ne comportent pas seulement des problèmes d'organisation, d'économie et de financement. Dans le débat encore trop peu mené devant un grand public sur l'élargissement et sur le nouveau traité constitutionnel de l'Union européenne, on constate de plus en plus clairement que ce projet historique ne pourra durablement réussir que si les sociétés sont impliquées directement et intensément dans ce processus de transformation. Les responsables politiques dans les pays membres sont de plus en plus conscients de ce que le succès de l'UE agrandie dépendra de la création et de la promotion d'un espace public et d'une opinion publique européens. Le sujet « Opinion publique européenne » a trouvé sa place sur l'agenda politique, mais il est également d'actualité scientifique. Politologues et théoriciens de la communication s'interrogent – en parallèle avec la question de la légitimité de l'UE et de ses organes – sur la question de savoir comment, dans une Europe à plusieurs niveaux de responsabilité, la compétence trans- ou supranationale peut être soumise à un contrôle normal pour un système démocratique, exercé par une opinion publique également supranationale.

Le 79^{ème} sommet franco-allemand à Schwerin à la fin du mois de juillet 2002 a, en plus des sujets d'actualité politique, traité du „Rôle des médias dans la constitution d'une opinion publique européenne“. L'Institut Franco-Allemand de Ludwigsburg (dfi) a été chargé par le Ministère des Affaires étrangères français, le Auswärtiges Amt et le Bundespresseamt, d'organiser un colloque sur ce sujet, la veille du sommet.¹ 40 per-

1 Pour une étude approfondie du sujet, nous renvoyons à des publications récentes : Eric Maigret : « L'Europe ou le tournant communicationnel », dans l'Année sociologique 51 / 2001, p. 455-465 ; Nicolas Moussis : « La construction européenne et le citoyen : déficit démocratique ou déficit d'informations ? », dans : Revue du marché commun et de l'Union européenne, 436/2000, p. 153-159 ; Jo Groebel : « Europadarstellung in Fernsehinformationssendungen. Hauptergebnisse

sonnalités des différents médias et des ministères concernés se sont préoccupées des multiples aspects de la thématique.² Les résultats de ces discussions ont été présentés aux ministres de la culture français et allemand, Jean-Jacques Aillagon et Julian Nida-Rümelin, lors d'une séance plénière.³

Un aspect central des discussions concernait bien entendu la coopération franco-allemande en matière de formation de journalistes, formation de base ou formation continue. Suite au sommet de Schwerin, le dfi a été chargé par les deux gouvernements de mener une enquête sur l'état actuel de la coopération dans ce domaine et de définir les possibles perspectives pour le développement de la coopération franco-allemande en matière de formation de journalistes. Avec cette publication, nous présentons les résultats de cette enquête.

einer explorativen Studie in sechs Ländern », Düsseldorf, November 2000 ; Klaus Wenger : « ARTE – Fernsehen im interkulturellen Dialog », dans : *Allemagne d'aujourd'hui* 162/2002 ; Wolfgang Neumann : « Information und deutsch-französische Beziehungen. Anmerkungen zu den Journalistenprogrammen des Deutsch-Französischen Instituts », dans : *Deutsch-französische Medienbilder*, éd. Ursula Koch/Detlef Schröter/Pierre Albert, München 1992, p. 399-408. En amont du colloque d'experts de Schwerin, d'autres rencontres ont traité des thématiques analogues ; en mai 2001 « Gibt es eine europäische Öffentlichkeit(sarbeit) ? », *Europäische Akademie Berlin* ; le 28 février 2002 « Europäische Öffentlichkeit – Missing Link europäischer Politik », Planungsstab du Auswärtiges Amt en collaboration avec la représentation de l'UE en République fédérale d'Allemagne, 15.-16.3.02 « Medien in Europa : Entstehung einer europäischen Öffentlichkeit », Berlin-Brandenburgisches Institut für deutsch-französische Zusammenarbeit in Europa in Genshagen.

2 Ont participé au colloque: Frank Baasner, Jo Groebel, Barbara Guérin-Fadé, Uwe-Karsten Heye, Gerhard Hofmann, Hans-Henning Horstmann, Peter Hort, Harald Jung, Peter Kolb, Dieter Kosslick, Rolf-Dieter Krause, Angelika Lipp-Krüll, Harald Meimeth, Michael Meimeth, Jobst Plog, Anna Prinz, Fritz Raff, Majid Sattar, Joscha Schmierer, Gerd Schneider, Peter Schoof, Thomas Spieker, Gerd Spilker, Rudolf v. Thadden, Peter Theiner, Henrik Uterwedde, Klaus Wenger, Jérôme Clément, Jean-Paul Cluzel, Axel Cruau, Quentin Dickinson, Gilbert Grellet, Olivier Kaepelin, David Kessler, Ivan Levai, Isabelle Mariani, Jean-Paul Picaper, Gilles Kraemer, Bernard-Henri Levy, Georges Marion, Remy Pflimlin, Christian Phéline, François Rivasseau, Marc Tessier. La préparation du colloque organisé par le dfi a été rendue possible grâce au soutien de la fondation ASKO EURO-PA.

3 Les déclarations officielles publiées lors du 79ème sommet franco-allemand peuvent être consultées dans le livre publié récemment: « Les relations franco-allemandes depuis 1963 », éd. par Pierre Jardin et Adolf Kimmel, Paris : La Documentation Française 2001.

2. La situation de départ

2.1. L'opinion publique européenne

La progression de l'intégration européenne a amené un nombre croissant de sujets qui, hier encore, relevaient de la politique intérieure de chaque pays membre, à être aujourd'hui considérés et évalués dans un contexte européen. La politique européenne, longtemps perçue comme une « politique étrangère », se transforme progressivement en une politique intérieure commune. La mutation des structures décisionnelles, du niveau national vers le niveau européen place les hommes politiques, les médias et les citoyens devant de nouveaux défis.

Les habitudes de communication qui caractérisent aujourd'hui encore le débat politique et le processus de formation de l'opinion publique, doivent donc être repensées. La question qui se pose est notamment de savoir comment associer plus étroitement le citoyen aux questions politiques européennes (et donc nationales).

D'un point de vue structurel, cette association plus étroite du citoyen sera acquise dès que seront établies au niveau européen les formes usuelles de participation et de contrôle politiques, telles que les consultations électorales ou référendaires. Le débat sur ce que l'on appelle le déficit démocratique est lancé, les concertations engagées dans le cadre de la Convention ont élaboré de nouvelles propositions à cet égard. Mais les structures politiques actuelles peuvent d'ores et déjà servir de cadre à des initiatives franco-allemandes visant à promouvoir l'émergence d'un espace public européen.

L'apparition de l'espace public européen s'est faite jusqu'alors de différentes façons. Quelques tentatives ont été lancées, visant à créer de nouveaux « médias européens ». Si quelques-unes seulement ont réussi, beaucoup se sont heurtées au manque d'intérêt affiché du public. Certains succès, tels ARTE, montrent cependant combien il est important d'investir, du moins en ce qui concerne certains domaines particuliers, dans des mass-médias transnationaux.

Alors que les médias qui tentent de s'installer au-dessus des espaces publics nationaux n'ont pas encore atteint les objectifs visés, une chance de succès plus grande semble réservée aux médias visant une coopération et une internationalisation des opinions publiques nationales déjà existantes. Le *Financial Times Deutschland* ou l'édition allemande du *Monde*

Diplomatique en sont quelques exemples. D'autres tentatives sous la forme notamment de programmes de télévision transfrontaliers dotés d'une rédaction commune franco-allemande, montrent qu'une ouverture des perspectives au-delà des frontières nationales est certes possible, mais laborieuse. Le développement de ces formes d'interdépendance entre les opinions publiques nationales doit constituer l'objectif d'un travail de relations publiques au service de l'Europe.

2.2. L'importance de la « compétence européenne » des journalistes.

Le fonctionnement des démocraties dépend, dans une très large mesure, de la communication par le biais des médias. De nos jours, la forme principale de participation à la vie politique – et ceci concerne la grande majorité des citoyens –, est celle de la consommation des médias et donc du travail des journalistes. Or, la réalité politique et sociale, dans laquelle ceux-ci travaillent, est soumise à un changement rapide et continu. L'influence directe ou indirecte de l'Union européenne sur la vie politique des pays membres a constamment augmenté et ne cesse de croître encore. Il est donc évident que le dossier « Union européenne » a une importance fondamentale pour le travail des journalistes. Nous savons tous que la structure des institutions européennes est complexe, les voies menant à des décisions communes parfois contradictoires, et les stratégies de communication de la part de la Commission, du Parlement et du Conseil plutôt divergentes. Par conséquent, une bonne connaissance et une capacité d'analyse de la réalité communautaire doivent faire partie de toute formation de base des journalistes. Mais « la compétence européenne » ne se réduit pas à la connaissance des institutions. Comme nous venons de le dire, l'espace public européen ne se crée pas « en plus » ou « au dessus » des espaces nationaux, mais bien à l'intérieur même de ces derniers, par imbrication et ouverture réciproque. Un deuxième but est donc de fournir aux jeunes journalistes les compétences et les outils nécessaires pour intégrer une dimension européenne dans leur travail quotidien qui, dans la plupart des cas, se jouera, lui, à un niveau national, voire régional. Il faudra tout d'abord opérer au niveau de la prise de conscience des rédactions mères, qui bien souvent n'acceptent pas les propositions de leurs propres correspondants, car selon elles, les

sujets proposés n'intéressent pas le public « domestique ». Pourquoi parler de l'Europe ou de la dimension européenne de nos sociétés si le public ne s'intéresse apparemment qu'à son contexte local, régional ou national ? C'est donc bien dans les équipes de journalistes travaillant au niveau national qu'un changement à cet égard aura ou devra avoir lieu, car le grand public n'ira pas de lui-même réclamer cette perspective européenne auprès des journalistes. On risque de s'enfermer à l'intérieur d'un cercle vicieux du genre « c'est la faute du public car il ne s'y intéresse pas », « c'est la faute des médias parce qu'ils n'offrent pas ce qu'il faudrait » et enfin « c'est la faute du monde politique car il ne crée pas les structures adéquates et ne nous présente pas non plus sa propre démarche dans un cadre européen ». Toute action qui permettrait d'assouplir cette situation est donc la bienvenue, la formation de base et continue des journalistes étant une excellente approche. Un troisième élément semble essentiel pour compléter la compétence européenne future : une bonne connaissance réciproque des différents systèmes professionnels, permettant une coopération efficace de rédaction nationale à rédaction nationale (échange d'articles, projets communs etc.). Pour réussir cette forme de coopération encore trop peu employée – et d'ailleurs très bon marché –, des éléments de formation communs peuvent être d'une très grande utilité, au niveau des contenus aussi bien qu'au niveau des réseaux personnels qui en résultent. Le travail des journalistes peut, en effet, être enrichi d'une dimension européenne plus forte par le biais d'éléments de formation communs à un niveau européen, de projets concrets à participation internationale ou d'échanges de stagiaires. Le but est multiple : connaissances linguistiques élargies, conscience de la diversité culturelle européenne, création d'un réseau fiable de confrères à travers le paysage médiatique européen. « La compétence européenne » est donc une compétence transversale qui touche tous les aspects du travail des journalistes.

3. La coopération dans la formation de base

Dans le domaine de la formation des journalistes, des traditions bien spécifiques concernant la forme, les contenus et la conception du propre métier se sont développés en France et en Allemagne. Toute réflexion dans ce domaine, encore plus que dans d'autres secteurs des études uni-

versitaires, devra donc trouver un équilibre entre la tendance vers une homogénéisation de l'espace européen de recherche et du cadre universitaire d'un côté et la sauvegarde des traditions nationales de l'autre. Il s'agit bien d'une question de principe qu'il faudra discuter ouvertement: jusqu'à quel point l'Union européenne voudra-t-elle rendre homogène l'enseignement supérieur ? Au fond, il s'agit de savoir jusqu'où doit aller l'intégration européenne, combien d'uniformité est souhaitée par les citoyens et quels sont les secteurs de la formation, de la culture et des médias qui devraient rester sous le contrôle des institutions nationales ou régionales. Le débat public sur ces questions contribuera à la construction et à la diversification d'un espace public européen. En attendant les résultats de cette discussion, il s'agit d'ores et déjà de veiller à ce que, d'une façon pragmatique, la compétence européenne de nos journalistes soit accrue par le biais de nouvelles initiatives, car il n'y a pas le moindre doute que la complexité et le dynamisme de l'Union européenne demande une haute compétence aux journalistes. Les résultats qui découleront de l'analyse des expériences franco-allemandes pourraient aussi intéresser d'autres pays et faire avancer le développement de la coopération bilatérale.

Considérons en premier lieu la formation de base. Vu de France, la forme la plus logique et en même temps la plus simple serait une coopération de type académique, en analogie avec les doubles diplômes franco-allemands gérés par l'université franco-allemande. Cette démarche semble relativement logique car les écoles françaises de journalisme, reconnues par l'Etat, ne sont qu'au nombre de neuf et les diplômes sont reconnus sur le marché du travail. L'entrée dans ces écoles se fait en général après des études universitaires (bac +2 ou +3) et est très sélective. Le programme des écoles françaises établi par une commission nationale (Commission nationale paritaire de l'emploi) laisse relativement peu de place aux parcours individuels.

Comme souvent dans le monde de la formation, la situation allemande est bien différente. Il y a bien sûr en Allemagne des écoles de journalisme, très réputées même, mais une grande majorité des journalistes employés de nos jours ont été formés par les entreprises elles-mêmes. Après des études (bac +4 ou +5, en général) dans n'importe quelle matière (souvent dans le domaine des sciences humaines et sociales), les jeunes journalistes sont soumis à une sélection très dure pour obtenir une place de « Volontär », qui équivaut à une formation de 18 mois (en

général) avec un salaire fixe (bien que modeste). Une fois admis dans une entreprise en tant que Volontär, il est possible, bien que difficile, de s'absenter pour des stages à l'étranger, le système étant relativement souple et variant d'entreprise en entreprise. Il faudra tenir compte de cette différence fondamentale entre les deux systèmes dans l'analyse de la coopération franco-allemande. On peut même avancer l'hypothèse que l'une des raisons du faible taux d'échanges entre étudiants en journalisme français et allemands vient précisément de cette différence de structure.

3.1. Les programmes d'échange des écoles de journalisme privées et publiques

La situation de la formation journalistique étant très complexe et, en ce qui concerne l'Allemagne, extrêmement diversifiée, il n'est guère possible d'établir un bilan complet des échanges existants au niveau universitaire. En automne 2002, nous avons lancé néanmoins une vaste enquête auprès des universités et des écoles de journalisme privées et publiques. 74 écoles allemandes et 12 institutions françaises ont été sollicitées pour répondre à un questionnaire concernant les programmes d'échanges existants et les expériences qui en découlent. Nous avons limité l'enquête aux universités et écoles dont les diplômés travailleront, avec une certaine probabilité, comme journalistes. D'autres formes de carrière, des études universitaires dans les sciences humaines et sociales ou dans les sciences exactes par exemple, n'entrent pas dans ce bilan. Nous n'avons pu inclure non plus les formations internes aux entreprises, les „Volontäre“ allemands, car il n'y a pas d'élément systématique d'échange, les initiatives individuelles faisant partie de la formation continue.

Les résultats que nous présentons ici sont donc nécessairement partiels. Les tendances et les conséquences pratiques que l'on peut déduire de l'enquête et des interviews personnelles menées pour compléter le bilan sont pourtant très claires. 44 des institutions sollicitées ont répondu au questionnaire, 8 des 12 écoles françaises ont fourni leurs données ce qui donne aux résultats une assez grande valeur.

Les résultats de l'enquête

La première question du questionnaire concernait les programmes d'échange existant avec une institution dans le pays partenaire. 8 écoles allemandes et 3 institutions françaises seulement répondent affirmativement, tandis que 33 établissements n'ont pas de programme d'échange. Le nombre plus élevé du côté des universités allemandes s'explique par le fait que les universités participent en général au programme européen Erasmus (Socrate), contrairement aux écoles de journalisme françaises. Par contre, on ne sait pas si les diplômés iront travailler vraiment dans le journalisme, comme nous l'avons expliqué plus haut.

Le nombre total des étudiants inclus dans ces programmes d'échange est d'environ 20 étudiants allemand en France et de 12 étudiants français en Allemagne par an. Ce déséquilibre que nous constaterons dans d'autres secteurs de la coopération, s'explique aussi bien par le fait que la motivation de partir dans le pays partenaire est traditionnellement plus grande du côté allemand que par le fait que deux des écoles allemandes définissent un séjour en France comme élément obligatoire dans la formation (question 4 de l'enquête). Dans 11 cas les séjours à l'étranger sont subventionnés par des bourses. En dehors des bourses habituelles (Erasmus, Socrate) des universités on cite, comme organisme concédant des bourses, les entreprises elles-mêmes, l'Office franco-allemand pour la Jeunesse (OFAJ) et la fondation Robert Bosch.

La question 5 visait à obtenir un panorama différencié des problèmes éventuels liés aux programmes d'échange. Dans les réponses on pouvait identifier différents aspects qui posaient problème dans la réalisation de l'échange. Du côté allemand, les points les plus souvent mentionnés sont le manque de compétence linguistique, le manque de soutien financier et l'intégration d'un séjour à l'étranger dans le cursus universitaire. Du côté français, on mentionne aussi surtout le manque de compétence linguistique et le manque de soutien financier, mais en troisième lieu on parle du manque d'intérêt de la part des étudiants. D'autres secteurs qui auraient pu poser problème, tels les structures différentes des systèmes ou des obstacles administratifs ne sont mentionnés que très rarement. Cette question a été ensuite traitée dans les interviews individuelles, dont les résultats sont intégrés dans le chapitre 7 de notre texte. La sixième question, qui permet de s'exprimer sur la nécessité de lancer des initiatives nouvelles, a suscité 31 réponses affirmatives. Ceci est vrai tant pour les

universités déjà actives dans les échanges que pour les écoles qui ne pratiquent pas encore d'échange.

La dernière question du questionnaire concernait les formes de formation commune souhaitée par les écoles. Les propositions formulées sont très diverses. Force est de constater qu'une seule fois on suggère la création d'un vrai cursus intégré avec double diplôme. Par contre, les formes d'enseignement intensif, que ce soient des séminaires, des projets en équipes mixtes ou des „workshop“, paraissent être privilégiées, car elles s'intègrent plus facilement dans les structures existantes. Il reste à souligner que des échanges au niveau des enseignants répondraient à un vrai besoin des universités et écoles de journalisme.

Un bilan très clair: peu d'échanges avec plus d'activités du côté allemand, mais un fort intérêt à participer à des initiatives nouvelles. Des mesures ciblées avec un engagement financier raisonnable pourraient répondre à ce besoin, sans se lancer dans de véritables doubles diplômes, ce qui correspondrait à des formes de formation continue.

Les résultats du questionnaire ont été discutés et approfondis dans des interviews individuelles auprès de quelques-unes des écoles françaises reconnues par l'Etat. La situation en France étant relativement centralisée et réglementée, des ouvertures vers plus de contenus européens ou plus d'échanges à un niveau bilatéral ou européen ne pourront se réaliser que si l'on intervient au niveau de la Commission nationale paritaire de l'emploi, qui seule pourrait ajouter des éléments dans les cursus. Du reste, il faudrait intégrer les éléments nouveaux souhaités dans la grille assez étroite du programme établi par la dite commission. Des programmes d'échange ayant bien fonctionné pendant des années ont du être suspendus car le programme établi par la Commission nationale ne laissait pas assez d'espace pour intégrer des éléments additionnels. Cet obstacle administratif et très concret auquel se heurte toute initiative visant des échanges franco-allemands ou des modules à contenu européen se trouve aggravé par le manque d'intérêt des étudiants français pour l'Allemagne. Mais malgré ces difficultés, les responsables des programmes expriment unanimement la conviction qu'il serait utile et souhaitable de s'engager davantage dans cette voie européenne et que des initiatives franco-allemandes devraient être lancées. Les conséquences qu'on peut tirer des interviews individuelles sont donc essentiellement les mêmes que celles découlant des réponses au questionnaire: il y a une contradiction évidente entre les quelques programmes d'échange

existants et les demandes d'échanges. Nous reparlerons des conséquences de cette situation lorsqu'au chapitre 7, nous formulerons des propositions.

3.2. Les doubles diplômes de l'université franco-allemande (UFA)

Compte tenu des différents cursus et des différentes carrières menant à la profession de journaliste en France et en Allemagne, il n'est guère étonnant que très peu de doubles diplômes proprement dits aient été développés. L'UFA gère bon nombre de doubles diplômes dans les sciences humaines et sociales, des cursus donc qui pourraient former de futurs journalistes. Par contre, il n'y a pas de double diplôme en « études de journalisme ». Parmi les cursus intégrés existants actuellement, nous avons pu en identifier deux qui sont proches du monde du journalisme. Il s'agit de « Etudes audiovisuelles » et de « Médias ». Le cursus « Etudes audiovisuelles » est sous la responsabilité de la Fachhochschule de Wiesbaden et de l'université de Toulouse II. La durée est de 4 ans, le diplôme acquis à la fin des études est une maîtrise. Pour s'inscrire, il faut avoir fait au moins quatre ans d'allemand (voire de français) et posséder le premier niveau en « Etudes audiovisuelles ». Le cursus comporte des éléments pratiques (film, télévision et nouveaux médias), des études sur la technologie et l'économie du système des médias ainsi que des cours sur le paysage médiatique français ou allemand. Des cours de langue de spécialité complètent le tableau de ce cursus qui s'engage à transmettre une compétence « biculturelle ».

Le cursus « Médias » par contre se termine en Allemagne par un diplôme en sciences de la culture et par une « Maîtrise en information/communication » en France. Les universités responsables sont Weimar et Lyon II. Les études sont concentrées autour de la théorie et de l'histoire des médias modernes ainsi qu' autour de la culture européenne dans le domaine des médias et de la communication. Les études durent 4 ans et pour s'inscrire, il faut disposer de bonnes connaissances de la langue du pays partenaire et être titulaire du baccalauréat général.

4. La coopération dans la formation continue

En ce qui concerne la formation continue, la situation est plus variée. Globalement, on peut dire que l'idée même de formation continue a une longue tradition dans la culture allemande, tandis qu'en France, au moins dans les couches les plus instruites de la société, cette idée était jusqu'ici loin d'être une évidence. Ces derniers temps, les choses semblent changer, et le moment serait donc bien choisi pour lancer des initiatives dans ce domaine. L'avantage d'activités franco-allemandes pour des journalistes employés dans des rédactions est évident : les effets peuvent être immédiats et les nouvelles connaissances ne risquent pas d'être submergées par une multitude d'autres matières s'accumulant durant des études de deux ou trois années. Mais le problème aussi est évident : un journaliste pleinement actif ne pourra pas s'absenter très facilement de sa rédaction pour plusieurs semaines, sans être remplacé par quelqu'un d'autre, ce qui générera des coûts supplémentaires. C'est ici que peuvent intervenir les programmes de bourses ou d'autres formes de subventions.

Les programmes décrits par la suite sont des offres non seulement ponctuelles, mais régulières s'étalant sur plusieurs années. Ces programmes de formation continue ont su prouver qu'ils correspondent à une vraie demande et intègrent en plus de précieuses expériences acquises. Il y a eu sans doute d'autres initiatives ponctuelles dont nous ne tenons pourtant pas compte dans ce contexte.

4.1. Les programmes de la fondation Robert Bosch

La fondation Robert Bosch⁴ investit continuellement depuis les années 1970 dans la formation et les échanges entre journalistes allemands et français. Les expériences acquises dans ce contexte sont particulièrement précieuses, car les activités de la fondation dans ce domaine sont conçues et prévues pour durer.

4 Pour informations complémentaires, consulter le site www.bosch-stiftung.de. Les activités de la fondation Robert Bosch dans le domaine de la coopération franco-allemande sont décrites dans le livre « Die Robert Bosch Stiftung und die deutsch-französischen Beziehungen 1973-2000 », Stuttgart 2000.

4.1.1. Séminaires pour journalistes de la presse régionale française

Depuis 1975, la fondation Robert Bosch organise tous les ans des séminaires d'une durée d'une semaine pour une vingtaine de journalistes de la presse régionale française. Les premières années, le sujet prioritaire de ces séminaires intensifs était le développement politique et social de la République fédérale d'Allemagne. Plus tard, l'intérêt s'est déplacé vers le rôle de l'Allemagne en Europe et après la réunification allemande, le programme s'est concentré sur les nouveaux Länder. On offre aux participants des conférences et des entretiens avec des interlocuteurs importants du milieu politique, économique ou social. Depuis 1986, ce programme est réalisé en coopération avec le dfi. Les articles rédigés par les participants comme suites du séminaire sont publiés dans la série « Analyse und Dokumentation ». ⁵ Depuis 1979, 149 journalistes ont pris part à ces rencontres, sans compter ceux qui sont revenus plusieurs fois.

4.1.2. Séminaires pour journalistes de la presse régionale allemande

Le programme parallèle, qui existe depuis 1978 et qui est géré en coopération étroite avec le dfi, prévoit tous les deux ans des séminaires pour une quinzaine de journalistes allemands de la presse régionale. Les séminaires qui ont lieu en France, sont orientés vers des thématiques spécifiques d'actualité. Depuis 1991, ce programme s'adressait particulièrement aux journalistes provenant des nouveaux Länder. En 2002, le thème choisi a été « Les élections présidentielles et législatives – la France doit faire son choix ». Les participants de journaux répartis sur tout le territoire allemand ont pu rencontrer à Paris, entre les deux tours des élections législatives, d'éminents représentants de la politique et des médias. Pour l'organisation de ces rencontres, il y a eu une collaboration avec différentes organisations partenaires, par exemple « Aderly » ou le Centre d'information et de Recherche sur l'Allemagne Contemporaine (CIRAC). 99 participants de toutes les régions d'Allemagne ont pris part à ces séminaires. ⁶

⁵ Contacts et informations complémentaires, consulter www.dfi.de

⁶ En 1986, la Fondation a fait paraître un bilan provisoire sous le titre « La République fédérale d'Allemagne vue par la presse régionale française. Dix ans de séminaire de formation continue et d'information de la Fondation Robert Bosch ». Contacts et information, consulter www.dfi.de

4.1.3. Rencontres des rédacteurs en chef français et allemands

Depuis 1977, la fondation Robert Bosch organise en coopération avec l'association des rédacteurs en chef de la presse régionale une rencontre annuelle qui a lieu en France et en Allemagne en alternance. Le but de ces rencontres est de permettre un échange régulier des points de vue, dans le but d'augmenter la sensibilité de chacun face aux développements du pays voisin et de promouvoir la coopération entre journaux français et allemands. Au début, les sujets abordés étaient d'ordre professionnel, tels le rôle des innovations technologiques pour la presse ou les rapports entre la presse et les nouveaux médias. Depuis 1982, les discussions se sont orientées vers les fondements politiques, économiques et sociaux de la coopération franco-allemande. À partir des années 1990, les rencontres ont de plus en plus été placées dans le contexte des développements européens.

En 2002, les rédacteurs en chef se sont rencontrés à Wiesbaden pour analyser la nouvelle situation en France et Allemagne après les élections, sur le plan de la politique intérieure et extérieure. Les participants ont discuté de l'élargissement de l'UE au sommet de Copenhague, avec Günter Verheugen, membre de la Commission européenne. Le président de la Banque centrale européenne, Wim Duisenberg, a reçu les journalistes pour une discussion sur l'union monétaire européenne. Les rencontres de rédacteurs en chef français et allemands qui ont lieu alternativement en Allemagne et en France, sont devenues une institution dans les relations franco-allemandes, tout comme les séminaires pour les journalistes français de la presse régionale. Ce sont chaque fois de 15 à 40 participants qui se rencontrent pendant 2 à 3 jours. Et depuis 1977, cela fait environ 600 rédacteurs en chef.

4.1.4. Cursus universitaire « correspondants de presse français dans les pays germanophones »

L'Institut d'Etudes germaniques de l'Université de la Sorbonne Nouvelle/Paris III a agrandi l'offre de cursus franco-allemands par un cursus d'un an « correspondants de presse français dans les pays germanophones ». En se familiarisant avec la situation politique, économique, juridique, institutionnelle et culturelle du pays voisin, les étudiants doivent

avec ce cursus être amenés à se tourner vers l'espace germanophone, par des contributions de qualité.

Après une phase d'introduction qui a concerné deux boursiers, on prévoit d'admettre chaque année quelque 20 étudiants en économie, droit, sciences politiques, histoire, géographie et langues étrangères. En plus de l'enseignement prodigué par des chargés de cours, des professeurs de l'Université Sorbonne Nouvelle, des journalistes allemands et des experts français de l'Allemagne, les étudiants effectuent un stage de un à trois mois dans une rédaction allemande, journaux, revues, radio ou télévision. Il est en plus prévu un stage pratique d'un mois dans la rédaction d'un journal français. Le stage en Allemagne doit être présenté dans un rapport de stage, et on attend aussi un travail journalistique d'importance sur un sujet d'actualité librement choisi.

4.1.5. Programme d'information et de formation continue pour journalistes allemands en France

La Fondation Robert Bosch subventionne depuis 1996 un programme d'information et de formation continue pour les journalistes allemands en France. Il s'agit d'une initiative de Valéry Giscard d'Estaing et de Helmut Schmidt, à la suite de la rencontre au sommet de 1978. Le « Centre de formation et de perfectionnement des journalistes » le réalise depuis 1980, au nom du Ministère des Affaires étrangères, et avec l'aide de l'Ambassade de France en Allemagne. Le programme « Connaissances de la France » a lieu tous les ans, et il réunit pendant quatre semaines 10 jeunes journalistes (de 25 à 35 ans, avec deux ans d'expérience professionnelle en moyenne) entre octobre et novembre. Le programme commence chaque fois à Paris par un séminaire de dix jours, avec des conférences et des rencontres, et des comparaisons concernant le pays voisin. Il s'agit de faire passer des connaissances politiques, économiques et sociales sur la France. Les participants doivent, de plus, faire des recherches et traiter de sujets d'actualité.

4.2. Les programmes de l'Office franco-allemand pour la Jeunesse (OFAJ)⁷

4.2.1. Séjours dans les rédactions en France et en Allemagne (programme de bourses)

L'OFAJ offre à de jeunes journalistes français et allemands la possibilité de passer quelque temps dans la rédaction d'un quotidien ou d'un hebdomadaire, à la radio ou à la télévision du pays voisin. Cela donne aux journalistes l'occasion de mieux connaître l'autre pays et les aide à réaliser le rôle de médiateur qu'ils peuvent avoir. Le journaliste a la possibilité de recevoir une bourse pour un séjour de quatre semaines, constituée d'un forfait de 900 Euro pour les frais d'hébergement, et d'un autre forfait pour les frais de voyage. Il est également possible de suivre un cours intensif de langue avant le séjour à l'étranger, mais ce n'est pas une obligation ; il faut seulement que les deux mesures aient lieu sur une période de deux ans. Le cours de langue fait également l'objet d'une bourse de l'OFAJ (900 Euro pour quatre semaines, plus un forfait pour les frais de voyage). Les participants doivent être âgés au maximum de 30 ans. La condition pour participer est une activité continue de journaliste dans une rédaction allemande/française. En 2002, ils sont 17 jeunes journalistes à avoir reçu une bourse de l'OFAJ. Tous les boursiers venaient d'Allemagne.

4.2.2. Ateliers radiophoniques

Depuis 1988, l'OFAJ aide chaque année au financement de deux ateliers radiophoniques franco-allemands réunissant des jeunes journalistes qui réalisent des projets concrets sur des sujets variés.

Le premier séminaire radiophonique de l'année 2002 a eu lieu en avril à Toulouse. Un groupe franco-allemand de jeunes journalistes a été reçu pendant cinq jours par la radio française pour la jeunesse Le Mouv' (Radio France) de Toulouse. Le but de cette rencontre était l'installation d'une collaboration institutionnelle entre les radios publiques pour la jeunesse dans les deux pays. Les participants ont préparé dans quatre

7 Contacts et information sur ces programmes, consultez www.dfiw.org

groupes bilingues, de courtes contributions de deux minutes, présentées en France par le Mouv' dans la rubrique « Achtung Baby », et en Allemagne par DasDing et Unser Ding, dans la rubrique « Sacrés Français ». Il a été prévu un échange régulier de contributions journalistiques entre les radios pour la jeunesse allemandes et françaises.⁸

Le deuxième atelier radiophonique pour jeunes journalistes a été organisé fin octobre 2002 par ZFP et Radio-France. « Berlin, la porte de l'Est » tel était le titre de l'atelier franco-allemand. 9 jeunes journalistes français et allemands des radios publiques (MDR, SWR, DLR, France Info, France Bleu Besançon, France Bleu Berry Sud Chateauroux, France Bleu Lorraine Nord Metz, France Bleu Lorraine Sud Nancy) ont pris part à cette rencontre. Les participants ont travaillé en tandems binationaux différents aspects du sujet indiqué pour une émission commune (recherches, interviews, découpage, synchronisation, production, animation de l'émission, etc...)⁹.

4.3. Le colloque franco-allemand pour jeunes journalistes à Freiburg¹⁰

Ce colloque a eu lieu pour la première fois en 1998 et trois fois depuis cette date. Sous des patronages variés (L'Ambassade de France/l'Institut Français, la Ville de Freiburg), sponsorisé depuis le début par la Fondation Robert Bosch, ce colloque a intéressé de nombreux organisateurs (OFAJ, Studio SWR de Freiburg) et plus de 20 autres partenaires (institutions culturelles, universités, médias) actifs dans le domaine du journalisme et de la formation correspondante. Les personnes visées par ces colloques sont les journalistes de moins de 35 ans avec de bonnes connaissances linguistiques, le français et l'allemand étant les langues de travail.

Quelque 180 journalistes et futurs journalistes d'Allemagne, de France, de Suisse et d'autres pays européens ont pris part à ces colloques. Le programme comprenait des informations denses sur les possibilités de formation, des conférences, des ateliers et des discussions. Les condi-

8 Séminaire sous la direction de Frédérique Veith (Radio de la Sarre), Matthieu Beauval (Le Mouv'), Gilles Tissot (OFAJ).

9 Séminaire sous la direction de Doris Simon (Deutschlandradio, Bruxelles), Guy Souter (Radio France Alsace), Gilles Tissot (OFAJ).

10 Conception et direction: Cornelia Frenkel (corneliafrenkel@aol.com), une documentation sur le colloque 2002 a été publiée.

ons d'inscription ont été publiées par les radios publiques, et la participation des Français a été importante (plus de 40 %).

Le colloque a comme but de faciliter le contact et l'échange sur la culture journalistique entre journalistes français et journalistes allemands. Il doit donner la possibilité d'un échange critique sur les pratiques journalistiques dans les deux pays. Après le troisième colloque, l'expérience montre que cette forme de rencontre donne de bons résultats et correspond à une double attente des jeunes journalistes : un besoin d'information et le souhait d'une réflexion commune (plusieurs jours avec des collègues de tranches d'âge différentes). L'évaluation du colloque au moyen d'un questionnaire a confirmé la grande satisfaction des participants et incite à continuer cette forme de rencontres et la création de réseaux. L'avenir de ce colloque est en discussion, il n'est pas lié à la ville de Freiburg.

4.4. Les programmes de la « Fondation Journalistes en Europe »

La Fondation Journalistes en Europe, fondée en 1974 par Philippe Vianney et Hubert Beuve-Méry, a jusqu'en 2003 organisé des programmes de formation pour journalistes (durée allant de six semaines à huit mois) qui s'adressaient à des professionnels de tous les pays. Le contenu de ces formations devait apporter des connaissances sur les pays-membres de l'UE, sur l'Union européenne et ses relations avec le reste du monde.¹¹ Comme cela a amené des journalistes allemands à faire un séjour en France, et qu'il s'agit d'une des rares possibilités de formation continue en France, nous allons l'évoquer ici.

Les trois formations de la Fondation Journalistes en Europe étaient indépendantes les unes des autres, mais leur contenu se complétait. Les journalistes pouvaient participer à l'une ou l'autre des formations, selon leurs besoins et leurs centres d'intérêt. Elles sont constituées de conférences, de voyages d'études et de reportages dans la revue du stage « Europ magazine ». Les conférences et les visites, par exemple dans des institutions internationales ou européennes (Parlement européen, Commission, OTAN, Conseil de l'Europe) permettent d'approfondir les con-

11 Condition d'admission : pratique de l'anglais et du français, quatre ans d'expérience professionnelle comme journaliste, être âgé de 25 - 35 ans.

naissances s'y afférant et les reportages sont une mise en pratique du travail de journaliste.

Le premier stage (Connaissance de l'Union européenne et des pays membres) devait transmettre des connaissances sur l'Union, ses Etats-membres, les institutions européennes et les programmes communautaires. En plus des voyages d'études dans les Etats-membres et/ou vers les institutions européennes, on a proposé des séminaires sur des sujets d'actualité ou d'ordre plus général (par exemple sur l'histoire européenne) et on a organisé un voyage de dix jours dans un pays-membre pour donner matière à des articles parus dans la revue « Europ magazine ».

Pour le deuxième stage (l'Europe socio-économique et politique, d'Ouest en Est), les responsables du programme ont choisi un sujet particulier concernant l'Europe dans sa totalité. Des séminaires étaient prévus pour apporter les connaissances nécessaires et des articles furent publiés dans une édition spéciale de « Europ magazine ». D'autres séminaires proposaient d'autres sujets européens et une visite fut organisée dans une institution internationale ou européenne (UE, OTAN). Pour compléter, un troisième stage a permis des spécialisations avec d'excellents contacts avec des experts du sujet concerné.

La Commission européenne ayant modifié sa politique d'aides, les subventions par Bruxelles ne sont plus accordées à partir de 2003 ; la Fondation Journalistes en Europe a donc cessé son activité.

4.5. Voyages de formation continue du Auswärtiges Amt et du Ministère des Affaires étrangères

Le Auswärtiges Amt (dans le passé l'Office fédéral allemand de Presse) et le Ministère français des Affaires étrangères organisent et financent des voyages de formation continue ainsi que des séjours pour les journalistes de l'autre pays. Ils subventionnent aussi des voyages organisés par le dfi pour des journalistes. Ces activités doivent améliorer le flot d'informations sur des sujets de l'actualité politique et sociale et garder vivace l'intérêt pour l'évolution du pays voisin.

5. D'autres formes de coopération en relation avec la formation continue

5.1. Prix franco-allemand pour journalistes¹²

Le Prix franco-allemand pour Journalistes est attribué depuis 1983 sous l'égide de la Radio et Télévision sarroise, dans les catégories Télévision, radio, presse écrite. Le prix est attribué à des auteurs ou des rédactions pour des articles ou des contributions concernant l'Allemagne vue du point de vue français, ou concernant la France vue du point de vue allemand, ou concernant les deux pays et contribuant ainsi à une meilleure compréhension réciproque. Des sujets sur l'histoire de l'entente mutuelle et la collaboration européenne sont également acceptés. Dans ce contexte de la formation continue, il faut évoquer particulièrement le Prix spécial de l'OFAJ. Ce prix pour les jeunes journalistes est attribué à des contributions radiophoniques, télévisuelles ou écrites ou pour des sujets concernant la jeunesse. Les co-productions franco-allemandes sont particulièrement retenues.

Pour compléter cette liste, indiquons aussi le Prix d'honneur attribué par le Haut conseil culturel franco-allemand.

5.2. La plate-forme european journalists

European journalists e.V. est un réseau de journalistes européens, ayant pour but d'agir pour la création d'un espace européen des médias, au moyen de projets et d'offres de formations. European journalists veut créer des filières directes et interdisciplinaires de la communication entre les journalistes européens, les spécialistes des médias et les autres partenaires de la communication. L'Association a dans ce but fondé en février 2003 un réseau « Communication européenne ». Tous les membres de european journalists peuvent utiliser le portail en ligne interactif www.european-journalists.org avec toutes ses informations. Le portail est aussi un lieu de rencontres, de contacts et d'échanges interdisciplinaires. European journalists organise des rencontres pour ses membres

¹² Sont représentés : la Radio de la Sarre, Radio France, France Télévision, Radio France internationale, le groupe d'édition Holtzbrinck, la ZDF, le Haut conseil culturel franco-allemand et l'OFAJ. Informations : www.sr-online.de/statisch/dfjp/statuten-dt.htm

au niveau national et international et crée des contacts avec des partenaires de projets. Le bulletin bi-mensuel touche déjà 15 000 abonnés. Les jeunes journalistes ont des formations les concernant tout particulièrement et on leur facilite les contacts avec des institutions de formation continue, publiques ou privées.

5.3. IPI – Presse interrégionale (Lorraine, Luxembourg, Rhénanie-Palatinat, Sarre et Wallonie)

La « Presse Interrégionale » (IPI) est un regroupement indépendant de journalistes à plein temps travaillant dans la région transfrontalière de la Sarre, la Lorraine, le Luxembourg (Saar-Lor-Lux), la Wallonie et la Rhénanie-Palatinat. L'association a 120 membres en moyenne. Son but est de soutenir la collaboration des journalistes par-dessus les frontières. C'est ainsi qu'il aide à créer des liens transfrontaliers, à développer une entraide mutuelle pour la transmission des informations, des renseignements sur les événements actuels, l'échange d'informations sur des sujets intéressants les pays voisins et sur les développements professionnels d'importance, ainsi que la réalisation de rencontres. Dans ce but, on a créé un site Internet avec les gros titres de l'actualité de la région et plusieurs banques de données.¹³ Un bureau commun a été installé pour servir d'interlocuteur en cas de besoin. Ce bureau présente également un choix d'articles des journaux régionaux. Chaque membre reçoit en outre toutes les semaines une présentation des rendez-vous à ne pas manquer, et tous les mois un bulletin IPI-News. IPI a la forme d'une association de droit allemand, et est enregistré à Sarrebruck depuis juillet 1994. Les statuts prévoient expressément une transformation en association européenne dès que l'UE aura fait paraître la réglementation correspondante.

L'IPI établit aussi, au nom du sommet de la région Saar-Lor-Lux, Rhénanie-Palatinat, Wallonie, Communautés francophones et germanophones de Belgique, une carte de presse interrégionale.

¹³ Adresse électronique : www.ipi-presse.org

6. Projets de nouvelles initiatives

6.1 Programmes de formation continue de l'ARD, ZDF, Télévision France 2 et France 3

Les directeurs des grandes chaînes publiques en France et en Allemagne ont signé une déclaration d'intention annonçant une initiative commune dans le domaine de la formation continue des journalistes (de radio et de télévision) ayant déjà acquis plusieurs années d'expérience. Un stage de trois mois en petit groupe (une douzaine de participants) doit permettre d'acquérir une compétence européenne approfondie, aboutissant à des projets rédactionnels concrets. Cette unité de formation continue doit être réalisée en collaboration avec le Centre universitaire d'enseignements du journalisme (CUEJ) de Strasbourg.

6.2 Cours aboutissant au mastère franco-allemand de journalisme

Le Centre universitaire d'enseignement du journalisme (CUEJ) et le Frankreich-Zentrum de Freiburg i. Br. prévoient pour l'automne un cursus aboutissant au mastère de journalisme. Cette spécialisation d'un an doit apporter aux journalistes des deux pays qui ont terminé une école de journalisme, ont fait le « Volontariat » ou disposent de deux ans d'expérience professionnelle, une présentation journalistique des sujets d'actualité du pays voisin, pour leur permettre d'approfondir leurs connaissances et mieux connaître les différentes façons de travailler.

6.3 Programme de formation continue de Radio France

Radio France fait démarrer un cours de perfectionnement, en collaboration avec l'Université de Paris-Asnières et l'OFAJ, pour former parmi ses collaborateurs un groupe de journalistes particulièrement qualifiés pour parler de la société, la politique et la culture allemande. Dans ce contexte, il sera possible de profiter des expériences faites par la Fondation Robert Bosch ainsi que celles faites par l'OFAJ.

7. Résultats et recommandations

Les résultats de l'enquête réalisée font apparaître quelques points résumés ici qui seront complétés par des recommandations pour l'avenir.

Intérêt des formations

Qu'il soit nécessaire d'intégrer des sujets internationaux dans la formation continue est un principe très généralement reconnu. Et que les sujets sur l'Europe jouent là un rôle particulier est unanimement admis. L'enquête a montré un intérêt certain pour les initiatives franco-allemandes existantes. Cet intérêt est manifesté aussi bien par les participants actifs aux échanges que par ceux qui ne les ont jusqu'à présent pas expérimentés.

La demande

Pourtant la demande est à ce jour inégalement répartie. On ne peut taire que la demande des étudiants français ou des jeunes journalistes français est extrêmement basse, si bien que de nouveaux programmes de formation n'auraient pas d'écho. Ce désintérêt pour un séjour en Allemagne est une tendance générale, en corrélation avec l'image peu fascinante dont jouissent la société et la culture allemandes. Il ne s'agit pas de la problématique des vieux clichés négatifs, mais surtout de la non-existence de l'image de l'Allemagne. Si on admet ce fait, on accordera une attention toute particulière à la motivation des participants. On peut recommander de commencer par une politique agressive d'information pour les programmes existants (OFAJ, Fondation Robert Bosch, etc...), mais on ne pourra pas éviter de se poser la question de la nécessité d'une campagne en faveur de l'Allemagne (et de la langue allemande).

Les motivations

L'absence de demande peut aussi bien venir de la méconnaissance de l'objet que d'un manque de motivation. La méconnaissance des program-

mes proposés ne peut être combattue que par une transmission plus active des informations. La question des motivations est plus complexe. Qu'est-ce qui pousse un jeune journaliste à s'intéresser à un programme franco-allemand sur l'Europe ? Il faudrait qu'il reconnaisse que cet élément international de formation continue renforce sa qualification et peut donc faire progresser sa carrière. Quand il aura fait l'expérience d'un tel échange, il reconnaîtra qu'il s'agit d'un investissement à long terme rentable sur le plan des connaissances, mais aussi sur le plan des relations personnelles. Il est donc éminemment important d'intégrer très tôt dans la formation journalistique des éléments qui rendent cette expérience accessible à un grand nombre de jeunes journalistes. L'expérience des voyages de formation continue du dfi prouve qu'un fort pourcentage des participants désirent revenir par la suite. L'évaluation des programmes de l'OFAJ a montré qu'une seule participation à un programme de bourse ne renforce que pour un petit nombre de participants la prise de conscience des sujets européens ou franco-allemands, et ne développe que peu leur intérêt pour ce domaine. Cela signifie qu'ici aussi une seule occasion ouvre, c'est vrai, l'horizon des participants, mais qu'une influence durable sur l'activité professionnelle n'est possible qu'à la longue et avec un renouvellement et une répétition des mesures proposées. La motivation traditionnelle, la curiosité, passe de plus en plus à l'arrière-plan parce que la société allemande et la société française se ressemblent de plus en plus et sont connues – du moins le croit-on.

La question linguistique

Le programme pour journalistes de l'OFAJ montre clairement que la question centrale pour les échanges de journalistes est la question linguistique. Beaucoup plus que dans d'autres échanges, la langue dans les échanges de journalistes n'est pas qu'un moyen de communication, c'est aussi un instrument de travail, l'objet de l'activité professionnelle. C'est pourquoi cet aspect est à traiter encore plus intensivement que dans d'autres domaines d'échange et de coopération.

Quelles que soient les formes de la formation, d'excellentes connaissances linguistiques sont absolument indispensables lors d'un long séjour dans une rédaction. Le séjour n'est utile à l'acquisition de connaissances linguistiques que si elles sont présentes dès le départ et assu-

rent une bonne intégration immédiate. Il est décisif pour le succès de ces formes d'échange – et surtout pour le programme de l'OFAJ – que les attentes et les exigences soient clairement définies, aussi bien pour les participants que pour les rédactions qui les reçoivent. Les cours de langue proposés par l'OFAJ doivent absolument être conservés. L'apprentissage linguistique devrait être intégré très tôt dans la phase de formation à la profession de journaliste, pour que de bonnes, et même de très bonnes notions linguistiques soient acquises dès les premiers emplois fixes. Il serait dans ce sens souhaitable d'établir un partenariat durable entre les centres de formation, même si le manque de compatibilité des systèmes reste un obstacle certain. Le cursus de mastère prévu à Freiburg i. Br. et Strasbourg va dans le bon sens, même s'il ne s'agit pas d'une formation universitaire de base, mais d'un cursus de spécialisation.

Selon les formes de formation continue, la question linguistique joue un rôle différent. Quand on travaille comme journaliste dans son contexte national, on peut s'intéresser à l'actualité de l'autre pays, personnellement ou professionnellement, sans pour cela devoir apprendre l'autre langue. C'est ce qui se passe dans la réalité actuelle, et les programmes de formation continue en tiennent compte (par exemple la Fondation Robert Bosch). Des sommes importantes sont dépensées pour la traduction ou l'interprétariat. Mais même dans le domaine de la formation continue, des connaissances du moins passives de la langue du partenaire sont d'une importance décisive dans les groupes binationaux, lorsqu'on travaille sur des sujets européens ou bilatéraux concrets. L'utilisation d'une troisième langue véhiculaire comme l'anglais est impossible dans le cas du journalisme, car il est peu probable que les participants disposent tous d'un niveau linguistique suffisant pour la rédaction de textes de haut niveau.

Il est donc évident que nous devons développer une double stratégie dans la question linguistique. D'un côté la langue du partenaire doit être intégrée très tôt dans l'évolution de la formation, et ce, si possible, depuis l'école, mais au moins au niveau universitaire des éléments de formation linguistiques devraient être la norme. D'un autre côté, il faudra qu'il y ait aussi des offres de formation continue accessibles aux journalistes en activité qui ne possèdent pas ces connaissances linguistiques. Sinon, le cercle des participants serait limité au petit groupe de germanophones voire de francophones.

Les formes pédagogiques

L'hétérogénéité des systèmes de formation freine un échange régulier tel qu'il réussit dans d'autres domaines universitaires. Une bonne portion d'imagination est donc nécessaire au niveau de la formation de base pour rendre ces échanges possibles entre les « Volontäre » allemands et les étudiants français venus des écoles de journalisme reconnues par l'Etat. Le temps disponible est très limité dans la formation très serrée en France, mais dans la phase du deuxième stage (le premier a obligatoirement lieu dans la rédaction d'un journal régional français), un séjour à l'étranger serait théoriquement possible. On pourrait se servir des programmes existant pour la formation continue. Une autre possibilité serait le renforcement des échanges d'enseignants, qui déplacent peu de personnes avec un financement réduit.

Etant donné la complexité de la situation de départ dans le domaine de la formation, les programmes de formation continue ont d'autant plus d'importance pour tous les groupes d'âge. La forme pédagogique de modules intensifs serait tout à fait adaptée, que ce soit en forme de séminaires spécialisés sur des sujets européens, ou en forme de projets débouchant sur un produit spécifique (production commune d'un produit journalistique).

Les voyages de formation continue des institutions publiques (les deux Ministères des Affaires étrangères) ou privées (Fondation Robert Bosch, dfi) ont fait leur preuve sur le plan de l'organisation et des résultats obtenus. Ici aussi, le travail peut concerner des sujets précis indépendamment des compétences linguistiques, ce qui en accroît encore la valeur pour les journalistes.

Les efforts nécessaires

Les programmes de formation continue, d'échange ou de coopération dans la formation exigent des efforts supplémentaires financiers et personnels. Cela doit être dit sans ambiguïté quand on parle de développer la coopération franco-allemande. Les centres de formation et les médias qui reçoivent et qui envoient des participants doivent être convaincus de l'utilité de ces programmes, tout comme les participants eux-mêmes. Une publicité bien ciblée sur les programmes existants est donc tout aus-

si indispensable qu'une orientation des formations sur les besoins réels des intéressés.

L'effort demandé aux rédactions n'est pas négligeable, même si cela ne demande pas des ressources matérielles supplémentaires. L'intégration d'une personne venant d'un contexte linguistique et culturel différent nécessite toujours un effort supplémentaire de la part des collègues, si on veut que le séjour soit bénéfique.

Quelques recommandations

1. Renforcer les programmes existants

Quelques programmes ont déjà fait leurs preuves depuis des années et pourraient être élargis à peu de frais, s'il s'avérait que la demande existe. Lorsque la demande baisse, il est plus effectif d'adapter les programmes existants et de les faire connaître à bon escient que d'en créer de nouveaux. Par principe, il vaut mieux développer les activités qui ont apporté la preuve de leur efficacité.

2. Mieux informer sur les programmes existants

Si l'information est bien faite, en particulier en ce qui concerne le programme de l'OFAJ, on peut obtenir une demande plus forte et bien répartie. Le flot d'informations sur les programmes existants peut être nettement amélioré si on crée une plate-forme (virtuelle) d'informations commune pour tous les programmes proposés. Le réseau des journalistes envoyés à l'étranger peut être utilisé pour la circulation de ces informations, de même qu'un réseau – qu'il faudrait créer – des anciens participants aux différents programmes.

3. Initiatives nouvelles possibles

3.1 Un élargissement à des pays tiers est possible et souhaitable, comme cela est déjà fait dans d'autres domaines dans lesquels la coopération franco-allemande a fait ses preuves depuis des années. Cela

peut être réalisé à un niveau intermédiaire, entre la coopération bilatérale et le niveau européen proprement dit.

3.2 Les « workshops » intensifs sur des sujets précis se révèlent être une forme adaptée à la formation continue, pédagogiquement et pour l'organisation. On peut ainsi éviter les problèmes venant des différences des systèmes de formation, qui freinent la coopération. Et les participants voient immédiatement le profit qu'ils tirent de ces nouveaux contacts et de la meilleure connaissance culturelle et sociale du pays-partenaire qui en découlent.

3.3 Si on tient compte du fait que les différences dans les systèmes de formation sont faites pour durer, il serait indispensable de prévoir dans le domaine de la formation continue des cursus de perfectionnement touchant les problèmes européens, adaptables à la réalité professionnelle et présentés en forme de modules. La répartition en modules des sujets de la formation continue a fait ses preuves au niveau universitaire et elle permet une souplesse certaine quant aux contenus, aux formes pédagogiques et à l'organisation.

Deuxième partie

Les quarante ans du Traité de l'Élysée vus par les journalistes français et allemands en mission dans le pays partenaire

Une discussion avec les correspondants à l'étranger de la radio, de la télévision et de la presse écrite

A l'occasion du quarantième anniversaire du Traité de l'Élysée, Le Service de presse et d'information de la République fédérale d'Allemagne et le Ministère français des Affaires étrangères avaient invité plus de 30 journalistes allemands et français à participer à une table ronde au Ministère des Affaires étrangères à Berlin. Outre une réflexion sur cette date anniversaire et la situation des relations franco-allemandes, il s'agissait surtout de passer en revue l'attention portée à l'autre pays par les médias, et donc la prédisposition des rédactions à traiter des thèmes franco-allemands, d'analyser les approches des journalistes, les sujets et les préjugés dans les articles, ainsi que les problèmes rencontrés par les correspondants durant leur activité dans l'autre pays.

I. Discours de bienvenue

Michael Gerdts, directeur du service de communication du Ministère des Affaires étrangères (à l'époque, c'était encore le service Etranger du Service de presse et d'Information du Gouvernement fédéral), a salué les participants dans la *Weltsaal* du Ministère. Bien évidemment, dit-il, cette manifestation est une coopération franco-allemande, comme cela est normal au moment du quarantième anniversaire du Traité de l'Élysée. Cette rencontre de discussions est née de la collaboration avec les collègues du Quai d'Orsay, en particulier ceux du service Communication. Pendant les jours qui ont précédé, il y a eu beaucoup d'articles et de déclarations sur la relation franco-allemande ; il y a eu des déclarations autour de ce quarantième anniversaire, autour du conseil de sécurité et de défense franco-allemand. On a parlé d'un nouveau secrétaire général, de réunions communes des conseils des ministres, d'une union européenne de défense et de sécurité, et d'initiatives communes à la Convention européenne. Les

relations franco-allemandes ont été décrites de multiples façons et garnies de symboles. Le fameux « moteur » de l'Europe a été mis à rude épreuve, et on peut craindre qu'il ne s'emballe. Certains ont appelé la relation franco-allemande une « relation amoureuse ». D'autres ont trouvé qu'il s'agissait d'un « mariage de raison ». Et sans cesse, on a parlé d'une « communauté de destins ». – ce qui faisait parfois penser au « destin qui frappe à la porte ». Dans ce contexte linguistique, comme l'a souligné M. Gerdts, la nouveauté a été la notion de « super-axe Chirac-Schröder », ou l'expression « le couple surprise de la nouvelle année ». On aurait presque pu dire « Boris Becker et Catherine Deneuve ont fait connaissance ».

C'est pour réfléchir à ces images et à ces métaphores et se rapprocher un peu de la réalité vue des deux côtés du Rhin, que le Ministère allemand des Affaires étrangères, et le Ministère français ont pris l'initiative d'inviter les journalistes de l'autre pays à cet échange de pensées et d'expériences. Qu'est-ce qui fait vraiment la cohésion de ce partenariat franco-allemand ? Qu'est-ce qui le fait avancer ? Quel est le lien entre les Français et les Allemands ? Comment, dans les deux pays, les habitants remplissent-ils le cadre politique qui leur est donné ? Voilà quelques-unes des questions que nous voulons traiter. Personne ne dispose d'une plus grande expérience, fondée sur des décennies d'analyse, que les correspondants à l'étranger. Dans cette discussion, au-delà des grands discours, il faut mettre un peu de couleur, un peu de vie autour de la charpente des relations et du partenariat franco-allemands. M. Gerdts a adressé ses remerciements à sa collègue du Quai d'Orsay, Marion Paradas, et à M. Nonnenmacher, directeur de la FAZ, qui devait animer la discussion. Il salua ensuite Gérard Saint-Paul, rédacteur en chef de ARTE, et M. Raff, président de la Radio-Télévision de la Sarre, qui devaient lancer la discussion par une courte présentation. Pour finir, il remercia l'Institut franco-allemand de Ludwigsburg pour la préparation de la rencontre et la documentation qui suivrait.

Puis Marion Paradas, directrice du service Communication au Ministère français des Affaires étrangères, a souhaité la bienvenue aux participants de la table ronde des correspondants à l'étranger. La rencontre a lieu à un moment symbolique des relations franco-allemandes : le président Jacques Chirac, et le chancelier Gerhard Schröder ont, les 22 et 23 janvier 2003, donné le départ pour une nouvelle étape de leur coopération. Cette étape est pleine de promesses et d'attentes auxquelles il faudra répondre ensemble. Cette rencontre des correspondants à l'étranger doit

certes servir à fêter ce moment particulier, mais aussi à réfléchir ensemble à la signification et à la portée de cet anniversaire, à son importance pour les relations franco-allemandes et l'approfondissement de l'intégration européenne. L'expérience faite au quotidien par les journalistes qui vivent et travaillent dans le pays voisin est particulièrement utile dans ce contexte. Mme Paradas a précisé que des séminaires similaires étaient également organisés depuis plusieurs années avec ses partenaires allemands dans les pays devant entrer dans l'UE, pour développer une réflexion commune sur l'Europe et améliorer les procédés de travail.

II. Exposés introductifs

Fritz Raff, président de la radio-télévision de la Sarre

Comment les médias réalisent le Traité de l'Elysée, et comment ils peuvent renforcer cette contribution

Le Traité d'amitié franco-allemand de 1963 prévoit la participation des médias à l'entente franco-allemande. La radio-télévision de la Sarre, fondée en 1935 par les nazis comme organe de propagande contre la France, a été dirigée après la Deuxième guerre mondiale par des officiers français et deux fois placée dans la zone couverte par ARD. Au cours des quatre dernières décennies, elle est devenue la plus française de toutes les stations de radio-télévision allemandes. Depuis le Traité de l'Elysée, elle a la responsabilité de la commission franco-allemande de la radio au sein de laquelle collaborent ARD et Radio France. Cette coopération comprend des émissions communes de radio et de télévision, l'acquisition en commun de droits pour les émissions sportives, et une action commune auprès de la Commission européenne. Il est prévu une utilisation réciproque des archives numérisées. La radio-télévision de la Sarre émet régulièrement des informations en français, coopère avec des collègues lorrains et luxembourgeois, et diffuse des concerts communs des orchestres symphoniques de la radio. Elle décerne, en outre, le prestigieux Prix franco-allemand du journalisme.

Malgré tous ces progrès, on peut se faire du souci. Dans les deux pays, on note un recul des articles sur le pays partenaire ces dernières années. L'intérêt pour le pays voisin a fort diminué dès que l'on s'écarte des régions frontalières. La langue de l'autre est de moins en moins apprise,

même en Sarre et en Lorraine. Des projets franco-allemands pour les médias échouent à présent pour des raisons linguistiques.

La Radio de la Sarre tente de renverser ce mouvement surtout auprès des jeunes journalistes et programmeurs. La station pour la jeunesse de la Radio de la Sarre organise une fois par an avec Le Mouv' de Radio France, un atelier radio franco-allemand qui crée des contacts durables et des idées pour des projets communs. Sur l'initiative de Radio-Sarre, pour la première fois, toutes les rédactions de la radio pour la jeunesse de ARD rencontreront leurs collègues de Le Mouv' en avril 2003. Le but visé est un échange régulier de sujets, contributions et collaborateurs, ainsi que le développement de modules pour des émissions communes. Cela serait un bon exemple aussi pour les journalistes établis. Une augmentation des échanges de journalistes, et plus d'articles et d'émissions sur le voisin, par exemple venus des régions frontalières, peuvent rendre vivant le Traité de l'Elysée.

Une autre possibilité aussi : que les journalistes français et allemands présentent un produit journalistique commun, par exemple une radio ARTE franco-allemande, un produit de culture populaire avec un mélange de musique classique, de jazz et de musique pop de qualité, avec des informations dans les deux langues, et des points forts franco-allemands et européens. La réalisation demanderait fort peu d'efforts financiers si on utilisait le réseau de collaborateurs et d'archives de ARD et de Radio France.

Gérard Saint-Paul, rédacteur en chef de ARTE

Le caractère des relations franco-allemandes, quarante ans après le Traité de l'Elysée

La grande journaliste Françoise Giroud a dit en 1992 dans une interview que l'attitude des Français face aux Allemands était marquée par l'indifférence. Cela serait déjà un progrès comparé au passé. Des sondages récents d'Ipsos montrent pourtant que 57 ou 58 % des gens, des deux côtés du Rhin, éprouvent de l'empathie pour l'autre pays. Les relations franco-allemandes sont fortement marquées par la subjectivité. On peut demander, pour faire de la provocation, si ces relations sont réelles ou virtuelles. En tous cas, elles ont besoin de rituels, de rencontres, de grandes cérémonies et de grands gestes – pour montrer qu'elles existent et pour

nous rassurer réciproquement. Pour le quarantième anniversaire aussi, on a cherché ces grands gestes – mais on n'en a pas trouvé. Le choix de Versailles comme lieu de rencontre a pourtant été un signe fort.

Nous, les journalistes, nous cherchons sans cesse le contenu rationnel et émotionnel de ces relations. J'ai posé la question à Jacques Chirac et à Gerhard Schröder. Ils ont répondu : respect mutuel, et amitié. Jacques Chirac parle en plus, souvent, de fascination. Ce n'est pas si mal, d'autant plus que de l'autre côté de l'Atlantique, on nous appelle la vieille Europe. Le politologue Alfred Grosser l'a dit fort bien en citant Saint-Exupéry : s'aimer, ce n'est pas se regarder dans les yeux, c'est regarder dans la même direction. Aujourd'hui, rien n'est neutre, rien n'est indifférent dans les relations franco-allemandes. Le Traité de 1963 et la déclaration pour le quarantième anniversaire de cette date montrent que les relations entre les deux pays ne peuvent pas revenir en arrière. Pour les faire progresser, il faut avancer, pour l'Europe et grâce à l'Europe. Il peut y avoir des échecs, mais pas de divorce. Les populations se rencontrent pendant les vacances, Français et Allemands travaillent ensemble. Il faut tordre le cou aux vieux clichés qui opposent le coq gaulois et l'aigle allemand.

L'Allemagne s'est normalisée, s'est banalisée, peut-être même s'est-elle latinisée. L'image de Willy Brandt à genoux devant les victimes du ghetto de Varsovie a changé l'image de l'Allemagne dans le monde, on peut désormais aimer l'Allemagne sans arrière-pensée. Avec l'augmentation des déplacements de population, les deux pays ont fait un pas vers une culture européenne. Ce qui compte en politique, ce sont les gens et les liens personnels. Les 22 et 23 janvier leur donneront une nouvelle impulsion. Une proposition faite par l'Allemagne pour ce quarantième anniversaire est tout à fait révolutionnaire : que l'on puisse prendre la nationalité de l'autre pays quand on y vit. Cela montre bien que le rapprochement franco-allemand est aujourd'hui réalité, et qu'il est pris très au sérieux.

III. Résumé de la discussion

La discussion a fait apparaître de nombreux aspects et une grande variété d'expériences. Les points qui vont suivre résument les éléments les plus importants de la discussion. Les modifications des conditions de travail des correspondants à l'étranger ont particulièrement été évoquées.

Clichés et connaissances sur le pays voisin

L'image de l'Allemagne et de la France dans les médias est aujourd'hui encore marquée par les clichés. Ils sont indispensables pour démarrer un article, ils sont l'occasion d'explications et l'objet de l'ironie. Mais trop souvent, la créativité limitée des journalistes entraîne un renforcement des stéréotypes. Depuis des décennies, on joue avec le coq gaulois et l'aigle allemand, avec le Michel allemand et la Marianne française. Les symboles sont bien marqués : Michel est bêtasse, Marianne est rusée. Pourtant on peut voir se profiler une évolution de cette tendance, due au changement de générations dans les rédactions. Alors que l'ancienne génération montrait un assez grand intérêt pour la France, en se servant de clichés bien marqués, les jeunes journalistes utilisent moins de clichés, tout en s'intéressant moins au voisin.

Au cours des vingt dernières années, les connaissances sur la politique du pays voisin se sont améliorées, par exemple en ce qui concerne la formation du gouvernement, les systèmes politiques, etc... Mais les connaissances sur la vie quotidienne typiquement allemande, ou française, les traditions et les habitudes, sont réduites même chez les gens qui rendent régulièrement visite au pays voisin, par exemple pour des raisons professionnelles. Les rédactions ne demandent plus d'articles sur ces sujets-là. Cela peut mener à un manque de compréhension entre les Allemands et les Français.

La demande d'articles sur les sujets franco-allemands a diminué

La majorité des journalistes présents ont regretté qu'il devienne de plus en plus difficile de placer des sujets franco-allemands ou des articles sur l'autre pays dans leurs rédactions. Les correspondants des différents médias ont raconté que le volume des articles sur l'étranger n'a pas augmenté, alors que les informations, elles, prennent de plus en plus de place. On peut citer des exceptions comme la chaîne Phoenix, les stations d'information pure et certains journaux. Plusieurs journalistes de télévision et de radio ont précisé que le rythme des émissions et des nouvelles s'est accéléré. Certains sujets passent du prime-time à des émissions à faible audience, comme « Heute in Europa » (ZDF). On est moins demandeur de reportages de fond sur l'évolution de l'autre pays, si ce n'est pas lié à l'ac-

tualité immédiate. La durée des présentations ne permet pas que les informations fournies soient retenues par les spectateurs, par exemple lorsqu'il faut traiter des guerres franco-allemandes depuis 1870 en 1 minute 30. A la radio, qui, mis à part certaines stations d'information pure, est devenu un média de divertissement, « trop de mots » est considéré comme nuisible pour l'audience. La politique est acceptée maintenant uniquement comme une distraction, tandis que la musique qui encadre les informations prend de plus en plus d'importance. Les articles de politique, en particulier ceux sur l'étranger, ne sont plus aussi importants et sont surtout traités par les journaux et par Internet. Il faut ajouter aussi que dans la presse écrite le problème de la place est devenu majeur : on trouve de plus en plus de sujets traités sur un nombre de pages en diminution.

Les connaissances sur le sujet et l'intérêt marqué par les rédactions sont en diminution

Dans la plupart des médias, les sujets sur l'étranger ne sont plus du ressort d'un service Etranger classique, mais du ressort de services spécialisés, comme la Culture ou l'Economie. Comme les connaissances sur le pays voisin font défaut aux jeunes journalistes, il faut fournir un gros travail d'explication pour faire accepter ces sujets-là. Les aspects historiques ne jouent plus guère de rôle aux yeux des jeunes journalistes. L'importance des sujets franco-allemands est de plus en plus rediscutée dans beaucoup de rédactions. Il y a des années que le caractère exclusif de ces relations est remis en question sur le fond des relations transatlantiques, un domaine où la France joue les trouble-fête pour de nombreux journalistes allemands. « Le facteur personnel » dans les rédactions ne doit pas être sous-estimé, car il peut bloquer la parution d'articles sur la France.

La « normalisation » rend difficile le placement des reportages

Pendant des décennies, les journalistes français en Allemagne n'ont guère eu de difficultés à trouver des sujets et à placer des histoires. Aujourd'hui, il n'y a pas que les relations franco-allemandes qui se soient banalisées, l'Allemagne toute entière s'est normalisée depuis la chute du Mur. La France aussi a perdu sa position éminente dans l'opinion publique

allemande, elle n'est plus quelque chose d'exceptionnel, entre autre parce que la plupart des Allemands ont fait des voyages en France et ont appris à la connaître. On ne parle plus d'abord des relations bilatérales, mais de l'Allemagne et de la France comme pays membres de l'UE.

Approches journalistiques pour les reportages franco-allemands

Pour les correspondants allemands et français, la difficulté principale est que les articles sur le pays voisin, qui n'est pas toujours au centre de l'actualité, ne sont plus vus comme quelque chose sortant de l'ordinaire, et pourtant tout n'y fonctionne pas de la même façon. Les rituels comme les rencontres au sommet ou les dates anniversaires donnent aux correspondants l'occasion de raconter des histoires de la vie quotidienne, de s'intéresser aux clichés ou de traiter de thèmes économiques. Il serait pourtant souhaitable d'avoir aussi le courage d'affronter les questions qui fâchent. Au-delà des histoires extrêmement positives que la politique raconte dans son propre intérêt, il faudrait traiter des conséquences négatives de l'amitié entre la France et l'Allemagne. Par exemple les litiges liés à des divorces de couples franco-allemands, ou les relations françaises avec l'ancienne RDA. Des sujets de société pourraient être traités par les mass médias comme la télévision – une offre renforcée peut faire naître la demande. Profitant de l'intérêt suscité par les sujets de société, les reportages pourraient ensuite concerner les sujets politiques. Pour les correspondants français à l'étranger, le passage de l'Allemagne de l'anormalité à la normalité pourrait présenter un intérêt certain. Par exemple, la crise allemande actuelle pourrait fournir une grande quantité de sujets intéressants.

Problèmes pour les reporters

Les participants allemands comme les participants français trouvent bien à redire à la politique d'information menée dans les deux capitales concernées, et de façon similaire. A Berlin comme à Paris, il est difficile pour les correspondants à l'étranger de recevoir les informations en même temps que leurs collègues nationaux. Quelques journalistes subissent alors une pression terrible, surtout quand, dans leurs rédactions, les

rédacteurs déjà bien au courant suivent de près l'actualité par Internet dans la presse quotidienne étrangère. Cela ne suffit plus de lire la presse quotidienne et de revendre la même histoire le lendemain. Ni à Berlin ni à Paris, on ne peut parler d'une relation privilégiée de l'axe franco-allemand pour le travail de presse. Les deux gouvernements et les ministères concernés invitent surtout les journalistes nationaux et éventuellement la presse anglo-saxonne à des briefings, les correspondants étrangers sont avertis ensuite – ou pas du tout. Cela est valable à Berlin pour le ministère fédéral des Finances, à Paris, outre le ministère des Finances, pour le service de presse du Premier ministre. En France, les informations sont distribuées de façon voulue en « petites portions », notamment en raison de l'absence d'une institution comme la Bundespressekonferenz (Conférence de presse fédérale), les membres du gouvernement s'exprimant uniquement quand cela leur est favorable. A la différence de nombreuses entreprises, les gouvernements ne semblent pas trouver prioritaire d'informer correctement la presse internationale. En outre, il se crée une concurrence à ce travail journalistique à Paris et à Berlin par le « outsourcing » des sujets franco-allemands vers Bruxelles. L'une des raisons en est que les ministres des deux pays se croisent plus souvent à Bruxelles qu'à Berlin ou Paris. Bien souvent, l'accès aux interlocuteurs gouvernementaux y est plus facile que dans les capitales nationales. Les bureaux des correspondants s'y sont développés. Il ne faut pourtant pas oublier que la perspective que l'on a de Bruxelles est automatiquement plus superficielle et que cela renforce les préjugés et les clichés. Il serait souhaitable de renforcer le franco-allemand à Bruxelles : dans le cas d'initiatives franco-allemandes, les deux délégations devraient organiser des briefings communs.

Les mesures d'économies mènent à une moindre qualification du personnel, même dans les rédactions nationales. Dans les journaux régionaux, les journalistes sportifs, le week-end, présentent les informations reçues des agences de presse sans posséder les connaissances nécessaires. Dans de nombreuses rédactions qui ne disposent pas de leur propre correspondant à Paris, le budget pour les collaborateurs free lance a diminué et cela signifie qu'on achète moins d'articles venant de France.

Pour les coproductions franco-allemandes, il est souvent difficile de trouver une façon de voir commune qui puisse servir de point de départ des deux côtés du Rhin. Un bon exemple en est la question des retraites, qui se pose dans les deux pays de façon aiguë. La collaboration est aussi rendue difficile par des styles journalistiques différents. Par exemple, la

production des pages spéciales de l'anniversaire du Traité dans le Berliner Zeitung et Libération n'a pas seulement donné matière à des conflits sur les différences stylistiques, mais aussi sur la hiérarchie et la présentation des sujets choisis.

La télévision allemande a eu des difficultés lors des reportages sur l'anniversaire du Traité à cause de la mauvaise qualité des images que la télévision française fournit à contrecœur à l'Eurovision. Tandis qu'une caméra filmait correctement Jacques Chirac en train de parler, la deuxième bougeait lorsque c'était au tour de Gerhard Schröder.

IV. Conclusions

Après 40 ans de coopération organisée et plus d'un demi siècle de réconciliation réussie, les relations franco-allemandes sont banalement bonnes. Cette nouvelle normalité, qui est le fruit d'un succès politique indéniable, est en même temps au centre d'une autre problématique que l'on peut mesurer en analysant le travail des correspondants: Là où la bonne entente est la norme, au lieu des conflits ou des divergences d'intérêt, les journalistes s'engagent et s'intéressent moins. Ce désintérêt peut avoir des conséquences graves au bout de quelques années; on finira par ne plus connaître la réalité de l'autre pays qui, malgré les convergences, reste bien différente d'un point de vue culturel, politique ou social. Manque de curiosité, méconnaissance réciproque, connaissances linguistiques déficitaires, et voilà que deux sociétés pourtant proches l'une de l'autre finiront par revenir à un cloisonnement non désirable.

Il ne s'agit pas de rêver du retour au « bon vieux temps » de la réconciliation d'après-guerre. Le niveau de la coopération peut être renforcé, et notamment dans le domaine journalistique, par la création de liens dès la phase de formation, de contacts qui fourniront plus tard la base de réseaux féconds au niveau professionnel. Des éléments de formation continue commune peuvent en outre faciliter de nouvelles formes de coopération pragmatique, envisageable pour les entreprises médiatiques même à une époque de budgets restreints.

Liste der Teilnehmer / Liste des participants

			Christoph NESSHÖVER	Handelsblatt	Paris
			Dr. Günther NONNENMACHER	Herausgeber der Frankfurter Allgemeinen Zeitung Directeur de la publication Frankfurter Allgemeine Zeitung	Frankfurt
Prof. Dr. Frank BAASNER	Direktor des Deutsch-Französischen Instituts Directeur de l'Institut Franco-Allemand	Ludwigsburg	Marion PARADAS	Referatsleiterin Kommunikation, Abteilung für Kommunikation und Information im Französischen Außenministerium / Sous directrice de la Communication, direction de la Communication et de l'Information au ministère des Affaires étrangères	Paris
Gerhard BLÄSKE	Süddeutsche Zeitung	Paris	Isabel PARENTHOËN	Stellv. Direktorin / Directrice adjointe Agence France Presse – AFP Deutschland	Berlin
Hans-Hagen BREMER	Frankfurter Rundschau	Paris	Uwe Karsten PETERSEN	Nürnberger Zeitung / Thüringer Allgemeine	Paris
Monika DUNKEL	Wirtschaftswoche	Paris	Dr. Jean-Paul PICAPER	Le Figaro	Berlin
Heiko ENGELKES	Freier Korrespondent/Correspondant indépendant	Paris	Céline PIGALLE	Europe 1	Berlin
Vincent de FÉLIGONDE	Les Echos	Berlin	Fritz RAFF	Intendant des Saarländischen Rundfunks / Président de la Radio Télévision Sarroise	Saarbrücken
Alfred FRISCH	Allgemeine Zeitung Mainz; Dokumente / Documents	Paris	Reinolf REIS	Leiter des Pariser AFP-Büros / Directeur du bureau AFP à	Paris
Rosemarie GRATZ	Thüringer Allgemeine	Paris	Joachim ROGGE	Westdeutsche Allgemeine Zeitung	Paris
Michael GERDTS	Ministerialdirektor; Leiter der Abteilung Kommunikation des Auswärtigen Amtes Directeur général de la Direction Communication au Ministère des Affaires étrangères allemand	Berlin	Patrice ROMEDENNE	France 2	Berlin
Dr. Barbara GUÉRIN-FADÉ	Ministerialrätin, Leiterin des Referats 05 Europa Sous-directrice Europe, Direction Communication au Ministère des Affaires étrangères allemand	Berlin	Barbara SCHULTE	ARD-Hörfunk	Paris
Marion von HAAREN	Leiterin des ARD-Studios Paris Directrice du studio ARD à	Paris	Peter STEPHAN	Südwestrundfunk	Paris
Christoph HEINEMANN	Deutschlandradio	Paris	Sylvie STEPHAN	ARD / Bayerischer Rundfunk	Paris
Christian HOCHÉ	Chefredakteur/Rédacteur en Chef Marianne	Paris	Andreas TESKA	Westdeutscher Rundfunk	Paris
Harald JUNG	Leiter des ZDF-Studios Paris Directeur du studio ZDF à	Paris	Gérard SAINT-PAUL	Chefredakteur von ARTE / Directeur de l'information d'ARTE	Strasbourg
Gerd KRÖNCKE	Süddeutsche Zeitung	Paris	Nathalie VERSIEUX	Nouvel Economiste	Berlin
Jochen LEIBEL	Büroleiter des Springer Auslandsdienstes Paris Directeur des Services étrangers Springer à	Paris	Frank Paul WEBER	La Tribune	Berlin
Marc LEROY-BEAULIEU	Radio France Internationale	Berlin	Michaela WIEGEL	Frankfurter Allgemeine Zeitung	Paris
Georges MARION	Le Monde	Berlin			
Lorraine MILLOT	Libération	Berlin			