

COMMENT TÉLEZ-VOUS ?

Editeur responsable : Benoît Goossens



10 DÉCEMBRE 1996

Bureau de dépôt

Bruxelles 5 à 1050 Bruxelles

Périodique mensuel de l'Association des Téléspectateurs Actifs (A.T.A.)

ATA a.s.b.l. • Rue Américaine, 106 - 1050 BRUXELLES

Tél. : 02/ 539 19 79 (du lundi au vendredi de 10H à 13H) • FAX : 02/ 539 19 79.



Les spots
de promotion
des associations
humanitaires
ne sont plus diffusés
gratuitement
à la RTBF.

Maintenant,
c'est 50%
du tarif publicitaire.

Il y a d'étranges
exceptions...

Et à RTL-TVi,
c'est toujours gratuit.

(voir pages 6, 7 et 8)

PDC et Télétex

LES CHOIX DU PÈRE NOËL

Un conseil "consommateur" pratique ! Si vous demandez au Père Noël de vous offrir un nouveau magnétoscope, demandez-lui qu'il soit équipé d'un dispositif PDC. Soulignez trois fois !

Et n'oubliez pas que presque toutes les chaînes de télévision ont leur télétex si vous avez l'intention de vous acheter ou vous faire offrir un nouveau poste de télévision.

La RTBF fait un solide effort dans ce domaine. Désormais, le télétex y est accessible 24 heures sur 24 sur la Une. Parmi de très nombreux services proposés, nous vous conseillons celui qui concerne l'actualité : il est remis à jour toutes les heures de 6H à 22H, et le week-end, de 13H à 20H.

La RTBF annonce même pour bientôt en direct de Bruxelles National, les tableaux de départ et d'arrivée des avions !

ARTE ADOPTE LE PDC

Mais revenons au PDC.

Avis à tous les téléspectateurs-magnétoscopeurs mécontents qui s'insurgent contre les programmes qui ne commencent et ne finissent pas à l'heure !

Le PDC facilite grandement l'enregistrement des programmes. Le magnétoscope, grâce à ce système, démarre et s'arrête sur ordre d'un

signal envoyé par les chaînes de télévision, même si le programme est en avance ou en retard par rapport à l'horaire annoncé.

Père Noël vous trouvera facilement un magnétoscope avec PDC.

En effet, les magasins en Belgique les vendent tout-à-fait régulièrement parce que les chaînes flamandes utilisent ce procédé.

L'A.T.A. demande déjà depuis près de deux ans que les chaînes de la Communauté Française adoptent le PDC. Seront-elles pionniers dans ce domaine ? Il serait temps qu'elles se dépêchent... Depuis quelques semaines, Arte a également fait confiance au PDC.

Naguère, Gérard Lovérius, le Directeur de la Télévision (RTBF) nous avait marqué son intérêt pour ce procédé. Mais le dossier n'a toujours pas abouti.

Dans le numéro d'octobre dernier de notre mensuel, nous avons publié l'avis du Président de la Chambre, Raymond Langendries (PSC), du Parlementaire Jean-François Istasse (PS), de Louis Michel, le président du PRL-FDF et de Jacky Moraël, secrétaire fédéral d'ECOLO. Il faut bien reconnaître que la plupart d'entre-eux ignoraient jusqu'à l'existence même du PDC. Mais lorsque nous leur avons défini à quoi il servait, il n'y eût plus aucune distinction à faire entre les membres de la majorité et ceux de l'opposition ! Leurs

yeux, à l'unanimité, se mirent à briller... On peut espérer que lorsqu'ils côtoieront les membres du Conseil d'Administration de la RTBF, ils leur feront part de leur découverte !

Dans un prochain numéro de "Comment Téléze-Vous ?", nous reviendrons sur le bon usage qui est fait du PDC chez nos amis flamands et à l'étranger et nous vous donnerons plus de détails sur son fonctionnement. Nous demanderons également à Gérard Lovérius (RTBF) et Jean-Charles de Keyser (RTL-TVi) de s'exprimer sur cette thématique.

(SUITE EN PAGE 2) ▶

Avis à Madame la Ministre de l'audiovisuel Laurette Onkelinx

40 jours

Tel est le nombre de jours pendant lesquels la RTBF n'a pas encore appliqué la recommandation de la Commission d'Éthique de la Publicité concernant le JT de 12H50.

(Voir page 3)

INTERVIEW : LA CINQUIÈME

Le Jury des "ATA d'Or 1996" a attribué un ATA d'Or à la mise en place du PDC, sur la Cinquième, la Chaîne de la Connaissance, dès le 28 mars 1996. A l'occasion de la remise de l'ATA d'Or, nous avons interrogé Mr Sylvain Anichini, le Directeur des Techniques de la Cinquième.

- Pourquoi et qui a décidé d'introduire le PDC sur la Cinquième ?

- La raison est simple : le dispositif technique existait, et les magnétoscopes équipés de ce dispositif allaient être disponibles sur le marché. La Cinquième a donc eu la possibilité d'ajouter un service supplémentaire pour les téléspectateurs s'inscrivant dans le cadre de sa mission de Télévision éducative et de découverte. C'est la Direction des Techniques de la Cinquième qui a décidé de mettre en place le PDC.

- Serait-il facile pour d'autres chaînes francophones, en France, en Belgique ou en Suisse d'introduire ce système ?

- Oui et non. Oui, car technique la seule difficulté était de disposer des inserteurs de données PDC fonctionnant en SECAM (NDLR : ce problème ne devrait pas se dérouler en Belgique, nos chaînes émettant en PAL, et non en SECAM). Le développement spécifique pour ce service a été fait conjointement avec une société française : EDIXIA. Un modèle est désormais commercialisé grâce à La Cinquième et disponible pour les autres diffuseurs. Non, car l'exploitation suppose une information poussée de la diffusion pour que le système soit fiable, et ne nécessite pas de per-

sonnel supplémentaire, notamment à la Régie Finale. Les autres chaînes, contrairement à La Cinquième, ne sont pas actuellement équipés avec des systèmes d'automatisation.

- Combien de temps s'est-il passé entre le moment où la décision a été prise et le moment où le service a été proposé aux téléspectateurs ?

- Il s'est passé quatre mois entre la date de la réunion de présentation du système et la mise en place en exploitation publique. Ces quatre mois incluent un mois d'essais à l'antenne avant l'annonce publique.

- Quelles difficultés techniques avez-vous dû surmonter ?

- Aucune information préliminaire (ni interne, ni externe) n'ayant précédé la mise en place du système, ces difficultés ont été réduites au maximum et se sont limitées principalement à la non-disponibilité d'équipements d'insertions des codes PDC pilotables par une automatisation. Nous avons dû faire réaliser ce développement à nos frais, soit environ 100.000 FF.

- Y a-t-il eu des réactions à votre initiative de la part des médias écrits, des industriels ou des téléspectateurs ?

- Oui. La réaction des industriels a été très positive, à la fois grâce à l'opportunité de commercialisation de nouveaux produits, mais surtout grâce à une nouvelle motivation pour imaginer et développer de nouveaux systèmes et de nouveaux services. La réaction des médias a été plutôt positive. La réaction des téléspectateurs a été plus faible du fait du parc encore peu important, mais elle reste très positive.

Bernard HENNEBERT



Ce numéro de "Comment Télé-Zeus ?" a été écrit, mis en page et envoyé par un collectif de bénévoles :

- Paula Bouchez,
- Marie-Louise Diovisalvi,
- Nathalie Dunkelmann,
- Benoit Goossens,
- Véronique Hariga,
- Bernard Hennebert,
- Gilles Lenoble,
- Charles-Henry Lerouge,
- Nicole Mertens,
- Pierre Ravach.

Les illustrations sont réalisées par Esdé.

L'A.T.A., C'EST QUOI ?

Née le 6 janvier 1994, l'A.T.A. est une ASBL pluraliste qui a pour objectif la promotion d'une évolution humaniste du paysage audiovisuel. Sa maxime est : "informer pour agir".

COMMENT DEVIENT-ON MEMBRE ?

L'A.T.A. n'est pas subsidiée. Ses activités sont financées par ses membres. "Comment Télé-Zeus ?" est l'organe mensuel de liaison des membres de l'A.T.A. Les membres sont également invités à participer à d'autres activités de l'association. Ainsi, l'année dernière, ils ont pu assister gratuitement à des projections privées de "Pas vu à la télé" de Pierre Carles (censuré en France par CANAL+) ou "Le Jeu de la Vérité" de Patrick Sabatier avec Chantal Goya (interdit de rediffusion), etc.

La cotisation des membres est fixée à 1200 FB/an (600 FB/an pour les étudiants et les chômeurs, prière de joindre une preuve photocopiée à l'appui). La majorité de nos membres ouvrent un ordre permanent de 100 FB/mois. Sur simple demande, nous pouvons vous envoyer un bulletin à cet effet qu'il vous suffira de remplir et de transmettre à votre banque. Vous ne voulez pas devenir membre de l'A.T.A. mais vous désirez seulement vous abonner pendant un an à notre mensuel "Comment Télé-Zeus ?"... Cela vous coûtera 2.000 FB/an. Le compte de l'A.T.A. ASBL (Rue Américaine, 106 à 1050 Bruxelles) est le 001-0837560-41.

A.T.A. ASBL
Rue Américaine, 106
1050 Bruxelles
Tél. (du lundi au vendredi de 10H à 13H) : 02/ 539 19 79
FAX : 02/ 539 19 79

TV5 répond

Le JT de 19H30 de la RTBF du 5 août dernier avait proposé une séquence à propos de laquelle même Michel Konen, Rédacteur en Chef du JT, prit ses distances : "Cette séquence n'aurait jamais dû passer à l'antenne, en particulier traitée comme elle l'était, sans aucune explication, ni mise en perspective... L'éditeur du JT s'est laissé emporter par l'aspect spectaculaire des images".

Ce JT a été rediffusé, durant la nuit, sur TV5. Quelle est la responsabilité éditoriale de TV5 ? Comment la chaîne francophone se prémunit-elle par rapport aux séquences de violence gratuite ?

LA RÉPONSE DE TV5

Ce 4 décembre 1996, Philippe Dessaint, Directeur de l'Information de TV5, nous écrit : "...L'information sur TV5 est composée d'une douzaine d'éditions quotidiennes. Certaines sont de la responsabilité directe de TV5 (éditions de 6H, 8H, 10H30, 16H et 18H30 heure de Paris).

Les autres sont la rediffusion pure et simple des journaux nationaux belge, suisse, canadien ou français. Il n'appartient pas à TV5 de modifier de son propre chef le contenu de ces éditions nationales dont nous ne connaissons pas même toujours le "conducteur" avant diffusion. Dans le cas que vous citez, ce journal a été réalisé sous l'entière responsabilité de la RTBF, et la direction de l'information de TV5 n'a aucune responsabilité éditoriale dans son contenu.

D'ailleurs, nous n'avons pas rediffusé la séquence incriminée dans nos propres éditions.

D'une façon plus générale, nous évitons la diffusion d'images qui pourraient heurter notre public : ceci est particulièrement vrai pour les scènes de violence.

Malheureusement, vous le savez, les images d'actualité, reflets de conflits, de faits divers, ou de violence font parfois partie intégrante de l'information au sens le plus large. Soyez sûrs en tous cas que votre mise en garde ne fera que renforcer, notamment pour les journaux placés sous ma responsabilité éditoriale, notre vigilance, afin de ne pas banaliser de façon gratuite des scènes de violence..."

NOTRE RÉACTION

- 1 : Notre première lettre a été envoyée à TV5, le 24 août 1996. La réponse nous parvient, près de 3 mois 1/2 plus tard. Entre-temps, nous avons envoyé de nombreux rappels, par lettre, FAX et envoi recommandé.

- 2 : Si TV5 ne peut pas modifier de son propre chef le cours de JT de la RTBF (ou des autres chaînes), on peut s'étonner que, dans sa lettre, Philippe Dessaint ne prend pas l'initiative de nous expliquer ce qu'il se passe lorsqu'il découvre que TV5 a été obligée ainsi de diffuser une séquence de violence gratuite... A-t-il marqué son mécontentement auprès de son confrère de la RTBF ? Ce serait une prise de position intelligente car elle favoriserait la prévention de cette dernière.

DÉJÀ 40 JOURS "AMBIGUS"

Chaque jour, le quotidien La Dernière Heure publie dans un encadré intitulé "Le râleur" une lettre de lecteur. Ce 20 novembre, Micheline Doumont d'Ixelles y fustigeait les chaînes de télévision qui respectent, selon elle, de moins en moins souvent leurs horaires : "...Et la RTBF qui dit que son JT est le JT de 12H45 : en fait, il débute à moins dix tous les jours !"...

Mme Doumont n'a pas tort... Effectivement, la dérégulation continue malgré le fait que la Commission d'Éthique de la Publicité à l'unanimité, le 29 octobre dernier, a demandé, suite à la plainte de l'A.T.A., que la RTBF mette fin à cette pratique.

REVUE DE PRESSE

Voici comment la presse a titré, à propos de cette petite victoire de l'A.T.A. :

- "12H45, Un peu trop ambigu !" (La Libre Belgique),
- "L'heure du JT sur la sellette" (La Dernière Heure),
- "Avant l'heure, c'est pas l'heure" (Le Soir),
- "12H50" (Le Soir Illustré).

LA RTBF TRAÎNE LES PIEDS

Cette recommandation a été transmise par écrit, le 31 octobre, à la Ministre Onkelinx, à la RTBF ainsi qu'à l'A.T.A.

Ensuite, la Ministre devait trancher : demander ou non à la RTBF que celle-ci applique la recommandation. Elle pouvait écrire elle-même à la direction du Service Public ou elle pouvait charger de cette mission l'un des deux commissaires du Gouvernement qui siègent au Conseil d'Administration de la RTBF : Jean-François Raskin (IHECS) ou Henry Ingberg (Administrateur Général de la Culture et de l'Audiovisuel, voir "Comment Télec-Vous ?" n° 27).

Tout cela prend un certain temps, et même un temps certain.

Ce 26 novembre, l'un des représentants du PRL au Conseil d'Administration de la RTBF écrit à l'A.T.A. : "...J'ai évoqué ce lundi (NDLR : le 25 novembre) au Conseil d'Administration de la RTBF la recommandation de la Commission d'éthique de la publicité concernant l'heure à laquelle débute réellement le journal télévisé de la mi-journée. Il m'a été répondu que les responsables de la RTBF feraient particulièrement attention, dorénavant, à ne plus fixer rendez-vous aux téléspectateurs pour le "Journal télévisé" de 12H45. Ils utiliseront une autre formule.... Il

faudra voir à l'usage si cette directive permettra de respecter effectivement la recommandation de la Commission d'éthique de la publicité...".

Depuis donc la date où le Conseil d'Administration de la RTBF a pris position (le 25 novembre, soit près d'un mois après la délibération de la Commission d'éthique de la publicité...), l'A.T.A. est attentive aux JT de la RTBF pour féliciter celle-ci pour son fair-play...

Hélas, ce n'est pas le cas. Pour rappel, la recommandation est très précise : **la RTBF doit "lever toute ambiguïté quant à l'heure à laquelle débute réellement le JT de mi-journée... Cette recommandation vise à la fois les annonces faites à l'antenne et les autres modes de communication mis en œuvre par la RTBF"**.

TOUT FAUX

Voici donc six exemples variés parmi d'autres qui prouvent que la RTBF ne respecte nullement la recommandation.

- Le 28 novembre, le présentateur du 12H50, lorsqu'il revient sur l'expulsion d'une famille vers la Roumanie déjà annoncé la veille, affirme : "...Nous vous l'avons dit hier dans notre 12H45...".
- Le 30 novembre, le présentateur du JT de fin de soirée termine son édition en donnant rendez-vous "...Demain à 12H45 : la première édition du journal...".
- Le 7 décembre, la présentatrice du 19H30 annonce les rendez-vous du lendemain dont "...le journal à 12H45".
- Un communiqué de presse de la RTBF (qui est parvenu à la presse) le 3 décembre et qui a pour objet la Journée Mondiale en faveur de l'enfant annonce : "12H45 : Journal télévisé".
- Sur le télétexte de la RTBF, on peut lire chaque jour : "12H45 : météo-journal télévisé".
- Dans les communiqués de presse pour la semaine du 14 au 20 décembre, la RTBF évite de mentionner l'heure du JT. Il est écrit :
12H30 : Gourmandises
Les titres du JT
12H45 : Météo
Journal télévisé(+bourse)
13H15 : Du Bout des Ailes

MESQUINERIE ?

Mais le plus grave, c'est que nous n'avons pas encore vu la RTBF donner explicitement rendez-vous à ses téléspectateurs pour le JT de 12H50.

Lever l'ambiguïté, ce serait simplement rebaptiser le JT et le nommer explicitement "le 12H50".

Bien sûr, la RTBF peut biaiser, mais ceci est tellement en contradiction avec sa vocation d'éducation permanente prévue dans ses missions...

Comment abuser de la bonne foi de ses téléspectateurs ? En évitant de citer le mot "JT"... Puisque le présentateur François de Brigode présente déjà, cinq minutes plus tôt, pendant 45 secondes, dans une autre émission, les titres du JT, à 12H45... Bien sûr, la RTBF peut s'en sortir par un "retrouvez demain François de Brigode dès 12H45" ou "retrouvez, demain, les titres de l'info, dès 12H45..."

Mais tout ceci est mesquin. On joue sur les mots et on oublie le sens même de la recommandation.

Le but de la bataille de l'A.T.A. et la signification de sa victoire, c'est d'indiquer aux téléspectateurs que l'un de leurs droits, c'est que la publicité ne s'introduise pas dans l'information et que la RTBF ne peut pas "sectionner" en de multiples parties ses émissions d'information pour les entrelarder de publicités.

"ILS" TUENT LA RTBF

Il existe deux façons de concevoir la RTBF : comme un service public qui est différent des chaînes privées ou... comme un service public qui imite RTL-TVi.

Parmi les travailleurs de la RTBF, ces deux tendances ont des adeptes. Nombre de membres de la direction semblent préférer la seconde en vue de développer l'audimat et, conséquemment, les rentrées publicitaires.

Cette tendance actuellement échoue lamentablement, tout simplement parce que la RTBF ne captera jamais le public de RTL-TVi qui, sur son terrain, est la plus forte. Conséquence : actuellement, le JT de la RTBF est beaucoup moins regardé que celui de RTL-TVi : environ 750.000 personnes contre plus d'un million de téléspectateurs.

La RTBF, selon l'autre tendance que nous soutenons, retrouvera un auditoire plus important si elle arrête de copier RTL-TVi et si elle retrouve son image de service public qu'elle a altérée.

À SUIVRE

Et le nouveau cafouillage concernant l'application ambiguë de la recommandation du 12H50 n'en est qu'un exemple supplémentaire.

Benoit GOOSSENS



Violence, Education permanente...

Le 19 décembre dernier, s'est déroulée la journée "Télévision et Violence" où les directions de la RTBF, RTL-TVi et CANAL+ Belgique se sont exprimées.

Nous préparons, pour le prochain numéro de "Comment Télé-Vous ?" un compte-rendu détaillé de ces multiples déclarations. Il y sera également question de l'importante journée consacrée à l'Education Permanente et les Médias. Nous vous y convions, ce samedi 14 décembre, de 9H15 à 18H30, à l'IHECS (58-60, rue de l'Etuve, près de la Grand Place de Bruxelles). Contact : Diffusion Alternative : Tél. : 02/538 57 58.

Attentat à Port Royal

Le soir de l'attentat à la station Port Royal du métro parisien, les JT de TF1 et de France 2 se sont terminés respectivement à 20H41 et 20H38. Pourquoi ? Aucune nouvelle information tangible ne justifiait la répétition inlassable en fin de JT des détails que l'on connaissait déjà presque par cœur. Sans oublier, bien entendu, la compilation des images des attentats de l'année précédente que tout le monde avait encore en mémoire ! Actuellement, depuis la rentrée, la durée moyenne des JT de 20 heures est de 36 minutes sur France 2, et de 37 minutes sur TF1. Les chaînes ont pour objectif de ne plus dépasser les 30 minutes dès le prochain 1er janvier.

Les nouveaux journalistes ?

Le 29 novembre, au 19H de RTL-TVi, le Président de la Commission Parlementaire concernant le dossier Dutroux et Consort, Marc Verwilghen, est interviewé en direct. L'image que la chaîne privée nous propose nous montre ce que ses mains font pendant son intervention : Marc Verwilghen porte... lui-même le micro orné du sigle de RTL-TVi. Est-il employé par la chaîne privée pour officier en porte-micro ? RTL-TVi avait déjà mis en place le même dispositif scénique au JT de 13 H avec Mr Erdekens, son confrère socialiste de la même Commission.

La déontologie dans l'audiovisuel

Une journée de réflexion sur ce thème est organisée, le jeudi 19 décembre, de 9H30 à 16H, au Centre Culturel Marcel Hicter à Wépion, chemin des Marronniers, 26 (Tél. : 081/46 05 36). Sont annoncées des interventions de trois représentants de la RTBF (le sujet ne s'applique-t-il pas à RTL-TVi ?) : Léon Michaux ("Faits Divers"), Marco Lamensch ("Strip-tease") et Gérard de Selys (journal parlé radio). Patrick Vernier, Directeur de Média-Animation, abordera le thème "Déontologie et éducation du citoyen".
Organisation : la Cellule de Coordination de la Formation des Cadres. Tél. : 02/413 20 25 ou 02/413 24 73.

RATTRAPAGE

Les "fatalistes" ont tort de croire que les télévisions sont complètement inaccessibles. Avec énergie, stratégie et détermination, des citoyens peuvent plaider une cause humaniste avec succès auprès de la RTBF. Par contre, c'est sans doute beaucoup moins évident en ce qui concerne RTL-TVi...

Chaque nouvelle expérience de l'A.T.A. constitue un pas dans l'inconnu. Ses résultats, positifs ou négatifs, sont riches d'enseignements. Voilà pourquoi nous tenons à revenir, dans le présent journal, sur les résultats de pression dont nous avons déjà présenté les différentes étapes.

Le 1er décembre dernier fut une belle journée. Vous le savez : ce jour-là, la RTBF et RTL-TVi, si elles avaient respecté leur promesse, nous auraient proposé une émission commune d'information sur le Sida. Ce ne fut pas le cas. Mais le Service Public s'est "rattrapé" avec panache et efficacité.

Au printemps dernier, nos deux chaînes ne s'associèrent pas à la diffusion du Sidaction français. La presse nous expliqua alors qu'elles réaliseraient une émission commune lors de la Journée Mondiale contre le Sida qui se déroule chaque 1er décembre. Et puis, plus personne n'en souffla mot. Alors, l'ATA rappela à RTL-TVi et à la RTBF, à plusieurs reprises, leur promesse. Elle conseilla, ensuite, aux associations spécialisées de prendre position, ce qu'elles firent avec une belle unanimité sous la coordination d'Act Up Bruxelles.

Lorsque les chaînes annoncèrent qu'elles ne pourraient réaliser une émission commune, leurs fax furent mis sous pression.

Isabelle, la jeune femme séropositive qui a été interviewée à visage découvert dans l'émission d'Hervé Meillon "Balle au centre", envoya pendant plus d'un mois de multiples messages aux directions des chaînes. Ses messages s'achèvent souvent par des phrases telles que "Silence=mort" ou "Sincèrement et positivement".

LA RTBF SAUVE DES VIES

Le résultat ? Le dimanche 1er décembre, la RTBF a programmé sur la première chaîne dans L'Hebdo, un reportage suisse sur des enfants séropositifs et, sur Télé 21, de 20H45 à 22H, une série de courts-métrages consacrés à la prévention. L'audience de ces émissions fut significative : la première constitua l'un des bons scores de L'Hebdo et la seconde fut légèrement supérieure à une soirée normale consacrée aux sports sur Télé 21 (l'audience a triplé par rapport à Intérieur Nuit, l'émission qui la précéda, ce qui peut démontrer qu'un vaste public spécifique s'est branché sur Télé 21 vers 20H45 et qu'il n'a pas regardé l'émission dans la foulée du programme qui la précédait).

Le succès était mérité. Le Service de presse de la RTBF avait concocté un communiqué de presse de trois pages que la presse quotidienne a largement repris. La RTBF diffusa également de nombreux spots promotionnels pour annoncer ces émissions.

Enfin, les dix premières minutes du Journal Télévisé de 19H30 furent consacrées à cette Journée mondiale de lutte contre le Sida.

Et ce n'est pas tout... La cerise sur le gâteau, c'est le Directeur de la Télévision Gérard Lovérius qui l'a annoncée, le 29 novembre, à Act Up : la soirée du lundi 30 décembre sera consacrée à la première diffusion sur une chaîne francophone du film "Les soldats de l'espérance" suivi d'un débat sur le Sida : "...J'ai décidé de rappeler la problématique du Sida pendant les fêtes... Le film sera suivi d'un débat que je dois encore mettre au point (NDLR : il ne s'agit pas de l'Ecran Témoin présenté par Baudouin Cartuyvels, mais bien d'une soirée spéciale probablement animée par une équipe du Journal Télévisé). Je pense réellement qu'en cette période de fin d'année, à un moment où personne ne le fera, il est nécessaire de rappeler que cette maladie existe et que des chercheurs tentent de tout faire afin de pouvoir en comprendre les mécanismes et l'éradiquer...".

De la prévention à la veille du Nouvel An : du jamais vu ! Une audace de la RTBF qui permettra d'éviter un certain nombre de contaminations.

RTL-TVI : NÉGATIF...

RTL-TVi avait également bien commencé la mise en place d'une alternative à la promesse trahie. Mais la suite ressemble, hélas, à un second coup de poignard.

Bravo, donc, à Hervé Meillon qui a consacré la troisième et la plus longue partie de son émission Balle au Centre du jeudi 29 novembre en fin de soirée au Sida.

Nous avons assisté à l'enregistrement et lors de sa diffusion, nous avons pu constater que la déclaration critique de la représentante d'Act Up qui expliquait que la RTBF et RTL-TVi n'avaient pas tenu leur promesse a été gardée au montage final.

Cette séquence a été vue par un vaste public. En effet, un partie non négligeable du public qui s'était branchée sur le film "Présumé innocent" de la RTBF, au moment des programmes publicitaires, rallia la chaîne privée.

RTL-TVi avait annoncé qu'elle consacrerait également au Sida l'un des deux sujets de son émission "Reporters" du vendredi 30 novembre, qui prolonge le JT de 19H. Le jour même, un changement de programme est intervenu en fonction de l'actualité : un reportage sur les transporteurs de fonds fut diffusé suite à l'annonce d'une attaque subie, ce matin-là, par des convoyeurs et qui se solda par deux blessés. Le reportage promis fut reporté à huitaine. On peut donc parler d'une deuxième promesse avortée. RTL-TVi aurait-elle choisie de ne s'intéresser qu'à son Télévie annuel ? Une chaîne privée n'aurait-elle donc aucune responsabilité vis-à-vis de la prévention par rapport à une maladie qui n'épargne pas son public ?

Il est donc étonnant que les associations qui organisèrent la soirée qui clôtura ce 1er décembre n'informèrent pas le public de cette trahison, alors que la "marraine" de la soirée était précisément Varvara, une animatrice-vedette de RTL-TVi...

Télévision et humanitaire

TÉLÉS DE BONNS BLANCS

La télévision ne donne-t-elle pas une vision trop réductrice de la réalité ? Ne propose-t-elle pas davantage l'émotion que la réflexion ? C'est pour répondre à ces questions qu'un groupe d'études a choisi d'observer la manière dont l'aide humanitaire était traitée dans ce qui est, pour le grand public, la principale source d'information et qui développe donc un impact incontestable sur la perception qu'ont les Belges de la réalité, à savoir le Journal Télévisé.

L'étude a porté sur le JT de 19H30 de la RTBF durant l'année 1995. Sur base de mots-clés, 65 séquences abordant l'aspect humanitaire ont été décelées et une trentaine parmi elles qui avaient trait spécifiquement à des actions humanitaires ont été analysées. Il s'agit de celles qui se rapprochaient le plus d'une définition stricte de l'action humanitaire, c'est-à-dire une action d'urgence entreprise par une ONG et consistant à apporter des secours matériels à une population en danger.

UN ACTEUR PRIVILÉGIÉ

L'aide humanitaire implique au moins deux acteurs : celui qui apporte l'aide et celui qui en bénéficie. Comment les montre-t-on au JT ?

Un premier constat porte sur les interviews : 87% sont des interviews de ceux qui apportent l'aide, qu'ils appartiennent à des organisations des Nations-Unies ou des Organisations Non Gouvernementales (ONG). Ils ont en général la parole comme si, eux seuls, méritaient d'être à l'avant-plan. En revanche, on entend fort peu les bénéficiaires de l'aide.

Un second constat concerne les acteurs : dans toutes les séquences, on montre ceux qui apportent l'aide. Ils sont clairement identifiés et décrits généralement de manière positive tels des héros accomplissant avec brio leur mission. Par contre, dans 27% des séquences, n'apparaissent pas ceux qui sont aidés. Et lorsque c'est le cas, c'est souvent sous la forme d'un plan d'ensemble ou de gros plans de femmes, d'enfants ou de personnes en détresse. Images floues et anonymes. Très souvent, seul, le côté tragique nous est donné à voir. Rarement, le courage et les initiatives face à l'adversité.

Un dernier constat aborde les commentaires. Les journalistes ne cherchent pas à renchérir sur les images. Ils restent descriptifs. La séquence est accompagnée d'une mise en contexte rapide suivie d'une explication sur la mise en œuvre de l'aide. Le soin d'interpeller le téléspectateur est ainsi laissé aux images.

En résumé : on constate donc

que le sort médiatique réservé aux deux protagonistes est fort différent. D'une part, on entend et on voit fort peu les bénéficiaires de l'aide, de sorte qu'il ne nous est pas permis de réellement les connaître. D'autre part, ceux qui apportent l'aide monopolisent l'attention des micros et des caméras. Les commentaires des journalistes ont tendance à valoriser leur action, renforçant ainsi le stéréotype du héros humanitaire.

RIEN QU'UN SENTIMENT DE PITIÉ ?

Pour leurs auteurs, l'étude soulève plusieurs questions.

Cette approche de l'aide humanitaire n'a-t-elle pas, pour conséquence, de propager un sentiment de pitié chez le téléspectateur, tout en tranquillisant sa conscience puisque certains d'entre nous tentent de porter remède aux situations les plus révoltantes ? Il n'y a donc point d'urgence à s'interroger sur leurs causes et origines...

Si l'on admet que les journalistes sont conscients de l'impact que provoque leur travail sur l'opinion publique, pourquoi ne nous font-ils pas davantage voir et entendre les bénéficiaires de l'aide ? Y-a-t-il là volonté délibérée ou simple contrainte matérielle ?

Le 20 novembre dernier, l'une des soirées du cycle "Forum des messages humanitaires" fut consacrée, à l'Université Libre de Bruxelles, à l'analyse du couple humanitaire-télévision.

Les auteurs de l'étude précitée eurent l'occasion d'y exposer les résultats de leurs travaux ainsi que de projeter des interviews recueillies auprès de journalistes de la RTBF (1). S'ensuivit un débat auquel prirent part quelques spécialistes "invités" ainsi que la salle. Le public était nombreux et parmi celui-ci, on pouvait relever de nombreux journalistes. En voici quelques idées marquantes.

• Marc Lits, Directeur de l'Observatoire du Récit Médiatique de l'Université Catholique de Louvain souligna qu'il n'y avait pas "une manière RTBF" de représenter l'humanitaire, mais bien "une façon TV" avec ses impératifs propres. Le JT, rappela-t-il, est un spectacle, une mise en récit du spectacle du monde. Ce n'est donc pas un reflet exact de celui-ci. Il faut donc, par conséquent, que tout le monde connaisse les règles du jeu, le langage interne du JT. S'il y a une telle relation entre les ONG et le JT, c'est parce que ce dernier a besoin de filmer du spectaculaire : des catastrophes, des situations de crise... Or, c'est justement dans ces cas-là que les "humanitaires" interviennent. C'est donc tout naturellement qu'ils se retrouvent ensemble.

Ce qu'il faudrait, c'est que les TV montrent aussi autre chose, à savoir des gens normaux auxquels l'on donnerait du temps pour s'exprimer. Cela nous ferait peut-être prendre conscience que les gens du Sud ne sont pas seulement des victimes mais des gens qui nous ressemblent. Nous aurions alors une vision peut-être différente du Sud, ce qui pourrait changer les enjeux plus politiques de notre société. Des magazines tels que L'Hebdo ou Dunia s'engagent dans cette approche.

Marc Lits mit aussi l'accent sur les contraintes techniques. Les séquences de deux minutes au maximum ne permettent pas une mise en perspectives des sujets traités. Se pose également le problème des maigres moyens dont disposent les équipes de la RTBF. Leurs conditions de travail se dégradent : faux indépendants, pigistes dont le travail au cachet les obligent à fournir 3 ou 4 sujets par jour, etc.

• Anne Martinoff est la réalisatrice du magazine Dunia qui est produit par la RTBF Liège et qui s'attache à l'analyse des relations Nord-Sud.

Elle souligna que si humanitaire et droits de l'homme étaient deux concepts fort en vogue aujourd'hui, il fallait voir néanmoins les choix politiques que sous-tendaient les sujets abordés. Il y a ainsi des pays dont on ne parle presque jamais comme le Libéria ou l'Irak où sévit pourtant un embargo qui pénalise cruellement la population et, en particulier, les enfants. On se sert commodément, dit-elle, de l'humanitaire pour mener une politique. L'armée accompagne quelques fois l'action humanitaire et se pose donc là tout le problème du droit d'ingérence. Quant aux droits de l'homme, s'ils sont toujours invoqués quand on évoque la situation régnant à Cuba, pourquoi sont-ils passés sous silence en Arabie Saoudite, au Koweït et ailleurs ? Se pose ainsi le manque de formation de l'esprit critique. La BRTN (Service Public de l'Audiovisuel Flamand) s'intéresse davantage à l'international car celui-ci constitue un enjeu plus flagrant au sein de la Communauté Flamande, entre le CVP et le SP.

• Le représentant de Médecins Sans Frontières (MSF) considéra qu'il était grand temps de redéfinir le concept même d'humanitaire. Au fil du temps, celui-ci a pris tellement de connotations différentes, y compris commerciales, qu'il ne veut plus rien dire. Il y a le geste médical d'assistance et, d'autre part, la volonté de partir à la connaissance de l'opinion publique et des gouvernants. Selon lui, il est faux de croire que les ONG n'agiraient plus que sous l'œil des caméras dans le but d'entretenir leur image et la générosité des donateurs... Ainsi, MSF travaille dans beaucoup d'endroits où la presse n'est pas présente comme au Cambodge et en Guinée... Il ne faut donc pas confondre les actions d'urgence réalisées sous l'œil des caméras et d'autres missions qui réalisent un travail en profondeur dans la société civile, tourné vers l'avenir, dans des pays "peu à la mode" comme le Mozambique ou l'Erythrée.

• David Bary, l'un des rares invi-



tés africains de ce débat, est chargé de mission au CIRTEF et assume la responsabilité de la programmation d'émissions africaines pour TV5.

Il considère que si les gens sont sur-informés, ils sont surtout mal informés car les médias ne creusent pas vraiment les sujets abordés. Ils n'interpellent pas les vrais responsables. Il y a, pense-t-il, un cruel manque de magazines et de débats où toute la vérité paraît être dite aux gens.

Nous n'avons droit d'ailleurs qu'au regard des journalistes du Nord sur l'actualité du Sud. Il faut également reconnaître que les télévisions du Sud sont généralement des télévisions gouvernementales et donc fort peu indépendantes. Elles ne peuvent pas, dans les conditions actuelles, apporter grand chose aux téléspectateurs du Nord.

• **Paul Germain**, présentateur et journaliste au JT de la RTBF, consi-

dère qu'il n'y a pas de lassitude de la part des journalistes par rapport à l'humanitaire. Mais il faut faire la distinction entre humanitaire et actualité internationale.

Dans toutes les chaînes de télévision du monde, fussent-elles même publiques, on souhaite désormais faire une actualité de proximité. Même quand il s'agit d'actualité internationale, il faut qu'elle soit de proximité, c'est-à-dire qu'elle touche les gens. On ne parle donc plus de l'international que lorsque celui-ci devient de l'humanitaire, c'est-à-dire lorsqu'on arrive effectivement à une situation de crise telle qu'on ne peut pas ne pas en parler. Mais quand on diffuse des images de catastrophes, il devient très difficile de faire comprendre aux gens ce qui s'y passe : on n'a plus guère le temps pour cela... On aurait dû l'expliquer auparavant mais on a jugé qu'il était plus important de parler de l'actualité belge !

• **Elisabeth Burdot**, journaliste au JT de la RTBF, assure que, contrairement à ce qui se passe parfois en France (voir encadré), les journalistes de la RTBF ne partent avec un avion affrété par une ONG que lorsque c'est le seul moyen d'arriver sur les lieux où s'est déclenchée la catastrophe et que, même dans ce cas-là, les journalistes mettent un point d'honneur à payer leur logement, leur nourriture et les véhicules empruntés. Il est donc faux, selon elle, de prétendre que la RTBF ne couvrirait l'humanitaire que lorsque le reportage est payé par l'ONG en question. Mais elle-même, de même que **Patrick Remacle**, journaliste à L'Hebdo de la RTBF, qui s'est également exprimé lors de ce débat, regrettent à l'unisson, qu'il soit extrêmement difficile de montrer une vision de l'Afrique ou de l'Amérique Latine qui ne soit pas catastrophique car la direction de leurs rédactions, austérité oblige, considère qu'il n'y a pas assez d'argent pour aller faire des reportages là "...où rien ne se passe".

Charles-Henry LEROUGE

(1) Pour se procurer la vidéo "L'humanitaire aux JT" (10 minutes) réalisée et diffusée à l'occasion de ce Forum et qui constitue, selon nous, une très bonne entrée en matière pour, par exemple, introduire une animation scolaire, contactez Geneviève Georges, APRAD (Forum des Messages Humanitaires), Rue Van Elewijck, 35 - 1050 Bruxelles.



Humanitaire à la RTBF :

PASSEZ À LA CAISSE!

Interview d'Amnesty International

Philippe Hensmans d'Amnesty International était ce 12 novembre 1996 sur le plateau des Pieds dans le Plat qui avait pour titre "Charité bien ou mal ordonnée ?".

Ce n'est que vers la fin de l'émission qu'il prit la parole pour rendre public une information qui remet en question le Président du Conseil d'administration de la RTBF également Président de l'opération 48.81.00.

EXTRAIT DES PIEDS DANS LE PLAT

L'émission Les Pieds dans le Plat de Bernard Wathelet et Jean-Claude Defossé n'est pas une émission en direct. Son équipe a donc eu le courage de conserver le présent extrait au montage final. Un bel —et rare— exemple d'autocritique de la RTBF.

- **Philippe Hensmans** (Amnesty International) :

Chaque association bénéficiait de six ou sept spots gratuits par an. C'est fini depuis deux ans. Même si on fait un tarif réduit humanitaire par rapport aux annonceurs normaux —on a droit à 50% de réduction— cela va coûter quatre-vingt à cent dons de mille francs par an pour un spot de trente secondes. C'est ce que nous devons payer pour être présent.

Le paradoxe, c'est que nous devrions financer cela, alors qu'on nous demande de réduire nos frais de publicité... Conséquence, on se retourne vers le secteur privé, RTL-TVi, qui nous les offre gratuitement.

- **Bernard Wathelet** (Journaliste) : C'est un peu gênant... patron !

- **Edouard Descampe** (Président du Conseil d'administration de la RTBF et de 48.81.00) :

Nous avons depuis pas mal d'années déjà à la RTBF une liste de pas mal d'associations qui bénéficiaient de spots gratuits. Nous avons, au fil des années, été assaillis de demandes. On n'arrivait pas à faire face tellement il y en avait. Et finalement, on a essayé de trouver des critères... C'est très délicat. Et finalement, nous étions tellement débordés que nous avons instauré une règle qui est peut être discutable mais qui est radicale : toute association humanitaire a droit à la moitié du tarif. Elle a droit à la promotion, mais à 50%. Sauf, je dois le préciser aussi, l'association de la RTBF qui est 48.81.00... et aussi 11.11.11.

TÉMOIGNAGE DU PRÉSIDENT D'AMNESTY INTERNATIONAL

Nous avons rencontré Philippe Hensmans pour lui demander davantage de précisions sur la décision qu'il stigmatisa et qui nous apparaît comme étant indigne d'un Service public.

— **A.T.A. : Cette décision de rendre les spots des ONG payants date déjà d'il y a deux ans. Comment le monde associatif qui vous entoure a-t-il réagi ?**

Philippe Hensmans : On a fait assez vite une réunion avec OXFAM, MSF, le CNCD et nous. On a tous écrit

à Edouard Descampe, le Président du Conseil d'Administration de la RTBF, avec copie à Jean-Louis Stalport, l'Administrateur Général, en disant que c'était intolérable et que c'était nous empêcher de travailler.

Arc-en-Ciel a fait une pétition qui a été signée par deux cents associations comme les maisons d'enfants... et ils ont obtenus quelque chose.

Mais, une fois de plus, c'est le fait du prince. Ce que dénonce Descampe en disant qu'il est impossible de faire un choix, si des gens réussissent à faire des pressions suffisantes ou à faire intervenir dieu sait qui pour obtenir du haut une décision... C'est eux qui décident, et donc il n'y a pas de critères.

Ce qu'on est en train de faire, c'est une sélection des ONG par la richesse. Ceux qui peuvent encore se payer ça, ce sont les ONG les plus riches. Elles vont évidemment devenir encore plus riches. Ce n'est pas la cause de l'association qui est prise en compte, c'est l'argent qu'elle peut dépenser en publicité.

— **Est-ce que les associations ont peur d'en parler parce qu'elles se disent qu'elles ont besoin de la télévision ?**

Je pense que les associations ne veulent pas faire trop de remous là-dessus. Et je crois que les gens étaient bien contents que je fasse le boulot à leur place.

— **Et pourquoi vous, vous l'avez fait ?**

C'est aussi par rapport à nos

Découvrir le financement des reportages

Une enquête "Télé et humanitaire, couple désabusé" publiée par Libération, les 11 et 12 décembre 1995, décrit les services de communication dont disposent la plupart des organisations non gouvernementales (ONG) françaises : ils sont dignes de ceux mis en place par les grandes entreprises commerciales !

Ce n'est pas étonnant lorsqu'on apprend, en lisant le rapport financier de 1994 de Médecins sans frontières (MSF) que "l'effet Rwanda" aurait rapporté entre 30 et 40 millions de FF supplémentaires...

La fourniture d'images "clés en main" aux chaînes fut gratuite pendant fort longtemps. Aujourd'hui, elle est au prix du marché.

Lorsque les journalistes de telle ou telle chaîne vont enquêter sur place, il y a des places vacantes dans les avions cargos affrétés vers les terrains de crise. MSF a convoyé une centaine de reporters, tous médias confondus, au Kurdistan, une trentaine au Rwanda...

Ainsi, l'aller-retour pour la Somalie de Patrick Poivre d'Arvor pour le JT de TF1 en juin 1992 : "...Nous avions, raconte François Dumeine, responsable des relations presse de MSF, contacté une dizaine de personnalités pour témoigner de ce qui se passait là-bas. Il est le seul à avoir répondu présent".

Et les télévisions de Service Public ? "...A la même époque, poursuit François Dumeine, nous avons essayé de faire partir, à ses frais, une journaliste de France 2. Problème : sa rédaction ne voulait pas payer le billet. On s'est réuni, on a réfléchi et on a accepté de débloquent l'argent. Le lendemain, nouveau coup de téléphone de la journaliste qui nous annonce qu'elle n'a pas de caméra. Re-réunion, on accepte de lui en fournir une. Quelques jours après, elle rappelle encore : cette fois, il lui manque un preneur de son. Et là, on a jeté

l'éponge : on s'est dit qu'on était tombé dans un drôle d'engrenage".

L'auteur de l'article de Libération, Nathalie Funès, résume clairement les dérégulations où mène pareilles pratiques : "...Le revers, c'est la confusion des rôles, l'indépendance journalistique forcément compromise par rapport aux "hôtes" et un stock d'informations sourcées ONG parfois parcellaires et pas toujours fiables..."

Qu'est-ce qu'on ne ferait pas pour apparaître à l'écran et impressionner les donateurs... Jean-Marc Pillas, grand reporter à TF1, raconte à la journaliste les excès du "Convoi pour la paix" organisé par l'association lyonnaise Equilibre en Bosnie : "Le convoi comportait plus de journalistes (36) et de personnalités, Simone Veil, Charles Millon, Philippe Douste-Blazy... que de denrées. Les populations ont dû se contenter de quelques couvertures et d'une poignée de rations de survie..."

Mais le vent tourne et ce type de pratiques n'ont plus cours. John-Paul Lepers, journaliste à France 2, décrit son voyage au Rwanda à la découverte du travail réalisé par une association de jeunes : "...Elle voulait tout m'offrir : mon billet, mes frais... J'ai refusé et j'ai pu faire un sujet qui ne leur était pas très favorable".

• • •

Concernant ce type de problème dont les téléspectateurs n'ont pas souvent connaissance, l'A.T.A. propose une pratique facile à concrétiser. Pourquoi les chaînes de télévision ne s'engageraient pas à mentionner, à la fin de leur reportage, au moment où apparaît les noms des personnes qui l'ont réalisé, l'origine du financement du reportage.

B.H.

membres. Ceux-ci nous interrogent en assemblée générale : ils nous demandent comment il se fait qu'on ne voit jamais une pub d'Amnesty à la télé ? Et il faut chaque fois tout réexpliquer. Alors je me suis dit qu'il était temps que le grand public le sache. Qu'il sache en tout cas dans quelles conditions nous devons travailler. Cette décision a pour conséquence le fait que nous devons consacrer plus d'argent à la publicité.

Alors effectivement, certains se sentaient entre deux chaises : "Si je parle de cela maintenant, je vais peut-être avoir des problèmes pour encore passer à la télé..."

— **Votre intervention n'était pas concertée avec d'autres associations ?**

Non. Pas du tout.

— **Vous avez utilisé uniquement votre temps de parole à ce problème ?**

Je n'ai parlé quasiment que de ça, en fait. Mais avant l'émission, je me suis entretenu pendant près de trois heures au téléphone avec Wathelet.

— **Il savait que vous en parleriez ?**

Oui, oui.

— **C'était donc une volonté d'en parler ?**

Ils voulaient qu'on en parle. Ils ont attaqué l'Association contre le Cancer, ils se devaient de faire le ménage dans la maison. Ce qu'ils ont fait également avec l'opération 48.81.00. Edouard Descampe a déclaré dans l'émission de clôture de l'opération que chaque franc versé revient à 48.81.00. Mais qui finance tout ça ? La RTBF offre pour des millions d'espace publicitaire. Même si on devait compter ces spots au tarif humanitaire, c'est hallucinant.

Les reflex ont été achetés par la

Loterie Nationale. Et la Loterie Nationale, c'est l'Etat, c'est un service public. Pour le travail qui est fait au sein de la RTBF sur 48.81.00, les gens sont tous bénévoles. Mais ils utilisent la structure de la RTBF. Attention, je ne critique pas l'opération, mais je n'ai jamais vu dans les missions de la RTBF qu'il fallait récolter de l'argent pour les handicapés. Or, il y a du personnel de RTBF qui fait ça pendant ses heures de travail.

Le public achète les reflex. A la fin, la Loterie Nationale revient et rajoute un paquet ! Edouard Descampe dit : «un franc récolté c'est un franc pour les handicapés». Moi, je veux bien travailler aussi comme ça si la Loterie Nationale m'offre les bougies, si j'ai les spots gratuits à la RTBF... Alors, je ne vendrai pas cent milles bougies, je vais en vendre deux ou trois cent milles et je pourrai dire qu'il n'y a pas un franc qui part en frais de fonctionnement....

L'explication officielle qui nous a été donnée c'est que la RTBF continue à soutenir les opérations qu'elle a lancées ou dans laquelle elle a été partie prenante dès le départ, à savoir 48.81.00 et 11.11.11.

Quand Descampe dit qu'il y avait tellement de demandes, je suis désolé, mais je n'y crois pas. Il y a peu d'organisations qui soient capables de produire un spot télé. En plus, on ne fait pas tous nos opérations au même moment. Ce n'est donc pas un argument très convainquant pour moi. En tout cas, je n'y crois pas trop.

— **A combien revient le prix de la diffusion de ces spots à moitié prix ?**

Ça dépend des heures de passage. En plus, on ne peut pas choisir le moment des passages. C'est du "floating time". Auparavant, on arrivait quand même à obtenir certains passages à des heures précises. Pour revenir au prix, si on veut passer

après un JT, ça va tourner autour de 100.000 francs par passage d'une trentaine de seconde.

— **Et pour une association comme Amnesty, il faudrait combien de passages ?**

Il faudrait dans les quinze jours qui précèdent une action au moins un passage par jour.

— **Ça revient donc à plus ou moins un million et demi ?**

Plus les frais de fabrication des spot. On se débrouillait souvent avec des bouts de ficelles pour les réaliser. On trouve des gens qui acceptent de travailler gratuitement. On ne paie que la pellicule. On trouve des étudiants en cinéma qui acceptent de réaliser le spot pour nous. On ne paie généralement que les frais matériels. On ne paie pas les frais de conception, ni les artistes qui y interviendraient éventuellement.

— **Quel a été l'effet de vos déclarations ? Y a-t-il eu des réactions ?**

Au niveau des ONG, oui. Les gens étaient relativement contents que j'ai pu en parler. Il y a eu beaucoup de discussions à la sortie de l'émission. J'ai discuté avec Descampe qui était un peu fâché parce qu'il ne s'attendait pas à ce qu'on lui pose la question. Je ne sais pas s'il est intervenu auprès de Bernard Wathelet avec qui il en a discuté à la fin de l'émission, mais ils ont maintenu la séquence au montage. Je pense qu'il est difficile d'influencer Bernard Wathelet et Jean-Claude Defossé.

En fait, au départ, Wathelet ne m'avait pas invité à l'émission. On a quand même discuté ensemble et il m'a dit qu'il aurait peut-être de la place pour un truc court. C'est pour ça que je me suis concentré sur ce truc-là, en disant qu'il fallait être certain que le message passe, et donc

qu'il ne fallait pas intervenir tout le temps.

— **Ce problème, les animateurs de l'émission le connaissent-ils ?**

Non. Ils l'ont appris quand je leur en ai parlé. Au sein de la RTBF, c'est un truc qui n'était pas connu. Mais qui commence à l'être maintenant, j'imagine.

Ils sont vraiment tombés de leur chaise quand ils l'ont appris... Surtout quand ils ont découvert que RTL-TVI nous offrait les spots gratuitement !

— **Selon vous, qu'elle est la vraie raison de ce changement ?**

Ce n'est pas très clair. Qu'est-ce que fait RTL-TVI, en fait ? RTL-TVI m'a dit que si j'avais un spot générique, qui ne soit pas lié à une opération en particulier, ça l'intéressait puisqu'elle pourrait le diffuser toute l'année dès qu'il y aurait un trou dans les créneaux publicitaires. C'est comme ça que pratiquait également la RTBF auparavant. Elle voyait en fonction de la disponibilité, des trous qu'il y avait dans la programmation, et elle passait les spots dedans. Elle n'a jamais refusé des contrats publicitaires parce qu'il y avait des spots d'Amnesty ou de MSF. Mais je pense que la RTBF est gérée d'une curieuse manière (rires).

— **Si les ONG avaient agi plus tôt, ou même avant que la décision ne soit appliquée, si un battage médiatique avait dénoncé l'affaire, la RTBF aurait-elle fait marche arrière ?**

Peut-être bien, oui. D'autant plus que RTL-TVI donne des spots gratuits ! Le public aurait réagi parce qu'il n'est pas logique qu'un service public ne le fasse pas alors que le privé le fait.

— **Quels sont les espoirs maintenant ?**

C'est que finalement la situation se débloque. C'est trop tard pour nous pour cette année-ci. Je suis prêt à discuter sur éventuellement des critères. Je pense effectivement qu'il y a des critères de respectabilité, du fait que les comptes soient publiés... S'il y a une règle stricte et qu'on n'est pas sélectionné, tant pis. Mais au moins qu'on puisse discuter, s'asseoir autour d'une table.

Je pense qu'on est, en quelque sorte, les porte-paroles de la société civile, et que donc nous avons quelque chose à dire à la RTBF sur la manière dont est traitée l'information. Et ceci, c'est encore beaucoup plus important que les spots télé. De plus, il faut qu'on nous permette de faire notre travail. Ça ne leur coûte rien, c'est facile, et ça peut considérablement augmenter notre champ d'action.

L'argument qu'Amnesty avance, c'est de replacer ça dans un cadre plus général du type d'info que diffuse la RTBF. L'information internationale — pas forcément sur le travail des ONG — est limitée à une portion congrue, contrairement à ce qui se passe encore sur d'autres télévisions. La BRTN, par exemple, a une émission comme Panorama qui tourne bien. Notre problème, c'est qu'on n'attire pas suffisamment l'attention du public sur la réalité de ce qui se passe simplement parfois à quelques centaines de kilomètres d'ici. Le mythe de l'information de proximité ne tient pas : si l'on additionne les

membres sympathisants de MSF, d'OXFAM, du CNCD et d'Amnesty, on arrive à un francophone sur quatre, qui est sensible à ce qui se passe à l'étranger... à qui on ne donne pas l'information à laquelle il a droit.

Il faut arrêter de prendre les gens pour des imbéciles qui se foutent pas mal de ce qui se passe ailleurs. Ça n'est pas vrai !

Pour nous, c'est le tout premier problème qui se pose à l'heure actuelle. La publicité étant quelque chose sur lequel on doit se reposer encore plus pour faire passer notre message puisque n'existe plus la possibilité de sensibiliser les gens à travers des bonnes émissions d'information.

Le fait de passer gratuitement les spots, c'est redonner une image, une couleur perdue au service public. C'est-à-dire soutenir la société civile, les gens qui se bougent. A mon sens c'est très grave, et c'est ce que beaucoup de gens à l'intérieur de la RTBF disent aussi.

Le paradoxe est encore plus fort lorsqu'on vient avec des émissions comme les Pieds dans le Plat où on nous dit : «Vous devez dépenser le moins d'argent possible des donateurs pour vos frais de publicité et de fonctionnement» et le même Institut qui nous dit cela nous fait payer la publicité et nous oblige à consacrer plus d'argent à la publicité.

Alors, je me suis posé la question de savoir pourquoi, lorsqu'il y a une finale de ping-pong en Finlande, on trouve l'argent pour envoyer un journaliste là-bas. C'est parce que la RTBF ne paie pas un franc pour ça. C'est financé par les fédérations sportives et donc, il y a des gens qui sont employés à mi-temps par la RTBF et à mi-temps par les fédérations sportives. Mais bien entendu, on ne va pas trouver un franc pour envoyer un journaliste au Liberia voir ce qui s'y passe pour le moment. Pourquoi ? Parce que les ONG ne peuvent plus se permettre ce qu'elles faisaient avant, c'est à dire payer le trajet des journalistes.

— **La diffusion des spots avait-elle une efficacité ?**

Certainement. Les gens nous disaient qu'ils avaient vu les spots à la télévision. La publicité en télé, c'est principalement un "renforcement" par rapport à notre message qui a déjà été largement diffusé par mailing. Un autre "renforcement" consisterait à payer des affiches de vingt mètres carrés, mais c'est trop cher pour nous. Nous n'avons donc plus aucun support qui permette de simplement rappeler aux gens qu'il y a une campagne en cours et quel en est son l'objet.

— **Est-ce que vous voyez une réelle différence dans les dons que vous recevez ?**

C'est difficile de faire la part des choses entre le développement de la crise économique et l'absence de publicité. Tout se conjugue. Les personnes qui donnaient auparavant à cinq ou six organisations différentes restreignent le nombre d'organisations auxquelles elles donnent et donc forcément, globalement, chaque ONG connaît un tassement, si pas une diminution de ses rentrées. D'autant plus que, et ça aussi c'est une tare du système de l'information telle qu'elle est gérée par la RTBF, ça nous empêche d'informer les gens de ce qu'on fait avec leur argent. Moi, je

ne demande pas mieux qu'on envoie un journaliste voir ce qui se passe dans tel pays, qu'elle est l'action d'Amnesty : est-ce qu'elle est efficace oui ou non ? Cela ne se fait pas. Nous sommes obligés d'informer nous-mêmes davantage sur les résultats que nous obtenons, mais c'est sans garantie pour la personne qui nous lit, puisque c'est nous qui l'écrivons. Le seul moment où l'information a été critique c'est lors des scandales qui se sont déroulés avec l'Association contre le Cancer, ce qui a mis tout le monde dans le même panier. Je crois qu'il y a des gens qui payent durement maintenant ce genre d'émission, même s'ils n'ont rien à voir avec ce genre de scandale. Le citoyen n'est plus informé correctement.

Parfois, je dois reconnaître que notre information est mieux couverte par RTL-TVI que par la RTBF dans les JT. A la RTBF, il y a une tendance générale à ne plus prendre l'information des ONG que vraiment lorsque c'est quelque chose qui respecte la règle du "mort kilométrique" et que cela touche des belges. Si on peut donner l'info ponctuelle à ce moment-là, pas de problème, on risque de passer à l'antenne. Par contre, si vous essayez de parler d'un pays dont personne ne parle jamais, mais où la situation est dramatique, il y a peu de chance que cela soit repris.

Je pense que je pourrais trouver facilement cinq minutes d'antenne à la RTBF si j'arrive à montrer que la Belgique finance un trafic d'armes en Colombie ou au Rwanda. Mais si je veux parler de la Colombie sans que la Belgique soit impliquée dedans, on peut oublier !

Pour nous, l'info de qualité comme l'Hebdo à la RTBF sera toujours payante, dans les deux sens du terme. Il faut mettre le prix, mais c'est quelque chose qui sera rentable sur le long terme.

Propos recueillis par Benoit GOOSSENS

Amnesty International : Rue Berckmans, 9
1060 Bruxelles. Tél. 02/ 538 81 77.

Proposition

POUR LE C.A. DE LA RTBF

Les spots humanitaires gratuits sont supprimés à la RTBF et reçoivent asile sur RTL-TVI. Voilà une attitude qui ne va certainement pas revaloriser l'image du Service Public !

Les membres du Conseil d'Administration de la RTBF reçoivent le présent mensuel, à chaque parution.

Aujourd'hui, l'A.T.A. leur propose une solution pour parer à l'afflux des demandes de diffusion gratuite de spots promotionnels.

La RTBF a mis en place une intéressante initiative depuis quelques semaines : la rediffusion durant toute la nuit, dès la fin des programmes et jusqu'à 9 heures du matin, en boucle, d'un programme d'une quinzaine de minutes : le JT de fin de soirée, la météo et une tranche de sponsoring.

Ne pourrait-elle pas compléter ce programme par la diffusion durant toute une semaine d'un même spot humanitaire, ou socio-culturel, au sens plus large. Ainsi, chaque semaine, une autre association serait ainsi mise en valeur, soit cinquante-deux associations par an.

Nouveau statut de la RTBF MISE À MORT EN HIVER?

Le Service Public RTBF sera sans doute étranglé fin janvier, début février prochain. Il y a donc urgence à résister.

L'adoption de son nouveau statut est prévu pour le début de cette nouvelle année. Seul, une cavalcade d'amendements pourrait amoindrir la menace d'affaiblissement ou de disparition de ce qu'il restait de précieux pour le public dans l'institution RTBF.

Puisque les représentants de la RTBF sont de plus en plus souvent sanctionnés lorsqu'ils ont l'audace de s'exprimer publiquement, c'est sous le pseudonyme d'Antenna Publica que se sont rassemblés l'Association des Journalistes de la RTBF, l'Association des Professionnels de la Radio (RTBF), le Comité de Défense du Service Public de l'Audiovisuel ainsi que les sections syndicales CSC-RTBF et CGSP-RTBF pour publier une lettre "Le statut de la RTBF : péril en la demeure" dans La Libre Belgique (23 et 24/11/96). On peut y lire que "...le nouveau projet de statut de la RTBF adopté par le gouvernement et discuté par le Conseil de la Communauté Française constitue une menace pour l'avenir du service public. L'enjeu de cette discussion dépasse le sort de l'audiovisuel public : il concerne le fonctionnement démocratique de notre société".

ET LES TÉLÉSPECTATEURS ?

Le plus violent, dans ce projet, c'est que la plupart des principes qui

garantiraient le respect réel des règles qui définissent un vrai service au public ne se retrouvent pas dans le texte même du projet de décret mais sont annoncés dans le contrat de gestion.

Or, il faut savoir que ce dernier se renégocie tous les 4 ans. Il n'y a donc aucune garantie qu'au tout début du prochain nouveau millénaire, le détricotage complet de la RTBF ne sera pas consommé.

Il faut donc absolument rapatrier ces principes dans le corps même du décret actuellement en discussion.

Prenons un exemple qui est cher à l'A.T.A. Suite à de nombreux dysfonctionnements de la RTBF, les cabinets des Ministres de l'Audiovisuel Elio di Rupo et Philippe Mahoux nous ont promis que la création d'un médiateur serait prévu par ce nouveau décret.

On assiste ensuite à la marche arrière de leur successeur, Laurette Onkelinx, qui nous affirme —mais on commence à douter ! Chat échaudé...— que le médiateur trouvera mieux sa place dans le contrat de gestion.

Et il en est de même pour la garantie "définitive" qu'un plafond du volume publicitaire ne sera dépassé, que la subvention publique de la Communauté soit stable et suffisante (il n'est même pas prévu qu'un seuil minimum de notre redevance radio-TV retourne nécessairement à la RTBF !), etc.

Il faudra davantage préciser les

missions, empêcher toute filialisation à long terme de l'info, obliger la RTBF à redevenir une télévision qui produit elle-même ses programmes, etc.

Bref, sans rire, qui peut affirmer que dans dix ans, la RTBF existera encore ?

La RTBF a besoin d'une Marche Blanche. Mais que faudra-t-il pour que le Pouvoir comprenne qu'un très grand nombre de personnes, si elles étaient informées des enjeux de tout ceci (ce qui n'est pas le cas), auraient également marché pour exiger le redéploiement d'un Service Public de l'Audiovisuel...

Agenda

De nombreux citoyens composent le "Comité de défense du service au public". L'A.T.A. participe à ses travaux. Alors que le statut de la RTBF sera soumis au vote probablement au début du mois de février, ce Comité organise la conférence de presse de la dernière chance, le 21 janvier prochain. Aidez-le à la préparer.

Réunion : le mercredi 8 janvier à 20H, chez ITECO, rue du Boulet, 31 à 1000 Bruxelles.

Contact :

Comité de défense du service au public

Rue Stéphanie, 63 - 1020 Bruxelles
FAX : 02/420 19 05.

Morceau d'anthologie

AUDITIONS REFUSÉES

L'Association des Téléspectateurs Actifs est l'un des interlocuteurs du secteur de l'audiovisuel qui était cité dans les demandes d'auditions concernant le projet de nouveau statut de la RTBF par la Commission Parlementaire qui traite des questions audiovisuelles.

La majorité PS-PSC a refusé de nous entendre, ainsi que bien d'autres interlocuteurs. Seuls, auront droit à la parole, le Président du Conseil d'Administration de la RTBF (PSC) et l'Administrateur Général (PS).

A nouveau, la majorité actuellement au pouvoir fait fi de l'avis des usagers. Pour rappel, l'A.T.A. est une association pluraliste et ne prend donc pas position en faveur d'un parti précis. Mais, bien sûr, elle évalue chaque geste politique, qu'il émane de n'importe quel parti, de la majorité ou de l'opposition.

On constate que le projet de nouveau statut de la RTBF éveille de graves critiques (voir article ci-dessus) dans de nombreux milieux, même proches de la majorité. En conséquence de quoi, nous ne comprenons pas pourquoi certains responsables politiques ont refusé d'auditionner

pour mieux comprendre et estimer ces craintes.

Pour découvrir pourquoi notre audition et celle de bien d'autres interlocuteurs ont été refusées par la majorité PS-PSC, voici un large extrait très significatif d'un débat public qui s'est déroulé à ce sujet.

Le 16 novembre dernier, sur la première chaîne radio de la RTBF, le débat politique de Samedi Première traitait de "L'avenir de l'audiovisuel francophone". Voici l'extrait où il fut question de ce refus d'auditionner.

Les paroles s'envolent, les écrits restent. Voilà la raison pour laquelle nous avons transcrit ce morceau d'anthologie.

• **Daniel Ducarme** (PRL-FDF) : Lorsque nous avons demandé un certain nombre d'auditions, la majorité a estimé que nous ne pouvions voir que l'Administrateur Général de la RTBF et son Président du Conseil d'Administration. C'est bien de les voir. Mais je n'ai pas le sentiment que c'est grâce à eux uniquement que l'on va pouvoir développer cette question. Et moi, je suis extrêmement frappé de voir comment ça bouge à l'intérieur de la maison RTBF. Lorsqu'on parle du Service Public, je ne sais plus dire, suite à ce qui s'est passé dans l'actuelle majorité, si le parti socialiste est toujours un défenseur naturel de celui-ci...

• **P. Ficheroulle** (PS) : Rassurez-vous, Mr Ducarme...

• **D. Ducarme** : Je vais citer Monsieur Hugues Lepaige dans Le Soir des 2 et 3 novembre. Sous le titre "Dépolitiser", il adresse une lettre ouverte à un président de parti. Je cite : "...Ce projet de statut qui prétend accorder l'autonomie à la RTBF la fait dépendre plus que jamais des partis politiques qui conservent la haute main sur le Conseil d'Administration, et donc aussi sur les nominations et les promotions. Tout cela est grave pour le Service Public de l'Audiovisuel...". Et il fait un appel à la concertation.

Nous avons demandé, Monsieur Ficheroulle, pour que les gens de la Maison (RTBF), que ce soit des organisations syndicales, mais aussi des associations telles que l'A.J. (l'Association des Journalistes de la RTBF), puissent être entendues concernant ces points extrêmement importants que sont : Qu'est ce que le Service Public ? Comment bien le financer ? Quelles garanties lui donner ? Je crois que nous sommes véritablement au cœur d'un débat de société. Les Wallons et les Bruxellois francophones ne peuvent pas affirmer leur identité sans avoir un Service Public de radio-télévision où il y ait une véritable adhésion de la part de la population et de tous les

acteurs. Alors, j'aimerais savoir s'il peut y avoir un revirement de fond et de qualité au niveau de la majorité ?

Pour mener à bien ce véritable débat de société, êtes-vous d'accord de ne pas rester dans la frilosité de la majorité et de permettre à l'ensemble des acteurs, y compris de la maison de la RTBF, d'être entendus et de participer au débat au niveau du Parlement ?

• **P. Ficherouille** : Mais oui, bien sûr... Le débat, c'est avant tout un débat parlementaire. Je ne veux pas revenir sur la procédure parlementaire. Je préfère discuter sur le fond. Nous n'avons aucune frilosité quant au débat sur le fond.

Auditionner les gens, c'est une chose. La commission parlementaire n'est pas une commission d'enquête. Elle ne doit pas nécessairement multiplier les auditions d'experts sans limite.

Ce n'est pas parce qu'on ne les auditionne pas dans le cadre des tra-

voux parlementaires qu'on ne les écoute pas... Et, par ailleurs, on ne peut pas avoir une bonne discussion de fond à la fois dans la Commission parlementaire et dans d'autres lieux publics comme lors de ce débat en radio.

Ils l'ont demandé. C'est vrai. Et on a perdu deux jours parce qu'on s'est chamaillé sur cette discussion des auditions. Il est vrai que vous aviez proposé une liste qui est extrêmement longue parce qu'il y avait finalement au moins vingt-cinq groupes de personnes tout aussi intéressantes les unes que les autres à auditionner. Nous avons préféré aller directement au cœur du débat sur le fond. Cela ne nous a pas empêché, nous, socialistes, de rencontrer à plusieurs reprises une série de groupements qui nous avaient demandé d'être auditionnés... Je songe, ce n'est pas un secret, à l'Association des Journalistes et à la CGSP...

• **D.Ducarme** : Pourquoi pas au

Parlement ? Pourquoi pas les autres ? Vous avez peur ?

• **P.Ficherouille** : Pas du tout. Quant aux travaux de la Commission, nous ne sommes pas partisans d'attendre des mois et des mois avant de pouvoir mettre en place ce décret.

• **D.Ducarme** : Cela fait quatre ans que le Gouvernement lanterne et n'arrive pas à se mettre d'accord sur le texte !

• **Marie Nagy (ECOLO)** : En fait, vous voulez un colloque secret. Vous ne voulez pas un rapport en commission avec des interlocuteurs qui diraient éventuellement qu'ils ne sont pas d'accord avec tel élément du décret. C'est bien cela que vous craignez ?

• **P.Ficherouille** : Nous ne craignons rien du tout. Je voudrais revenir sur le calendrier de la Commission. Il n'y a pas que ce projet sur la RTBF. Il y a un projet qui est

“Turbulences” à la trappe POURQUOI ?

Il est toujours difficile de connaître la ou les raisons exactes de l'arrêt d'une émission de télévision. Il faut bien entendu éviter de parler tout de suite de censure. Il convient également de prendre une distance par rapport au réflexe qui accompagne chaque fin d'émission et qui consiste à regretter tout ce qui s'arrête. Si l'on suivait celui-ci, on ne créerait jamais de nouvelles émissions !

Il faut donc s'informer au cas par cas. Et chaque téléspectateur est libre de se faire sa propre opinion.

Dans le cas de Turbulences qui passe actuellement à la trappe de la RTBF, nous constatons que plusieurs membres du groupe de base de l'A.T.A. considèrent qu'il s'agit en l'occurrence d'une émission passionnante dont ils regretteront la disparition. Ils y découvriraient un réel travail d'investigation. C'était une véritable émission d'éducation permanente.

D'autre part, nous découvrons que l'arrêt de Turbulences fait bien des remous, ce qui prouve que cette réalisation du Centre de Liège était estimée par une frange non négligeable de la population. Une pétition circule, on nous téléphone pour commenter cet arrêt, les journaux en parlent abondamment.

Nous avons rassemblé différents témoignages et nous avons interrogé la Directrice du Centre RTBF Liège.

SOUTIEN SYNDICAL

L'Association des Journalistes de la RTBF considère que la Direction de la RTBF a troqué une émission de service public (en fait, un magazine d'information) pour une émission semi-concédée, ce qui est inacceptable.

La CGSP/RTBF s'interroge : n'a-t-on pas trouvé dans l'émission de commande du Ministère de la Justice le prétexte pour se débarrasser d'une émission d'information dérangeante ?

La nouvelle émission mensuelle d'appel à témoin produite par la RTBF Liège utilisera, dès le 26 février

1997, le budget de feu Turbulences. Le commanditaire de cette nouvelle émission est le Ministère fédéral de la Justice. Le budget fédéral ne pourrait-il pas payer l'appui policier que la Justice demande à la RTBF ?

L'ÉQUIPE DE TURBULENCE

Télémostique, dans son édition du 4 décembre, publie les explications de l'équipe de Turbulences qui se compose de Robert Neys, Patrick de Lamalle et d'Hubert Rademacher : "...L'Administrateur Général Jean-Louis Stalport considérait Turbulences comme trop social, pas assez économique et pas assez wallon. Ce qui est étonnant : il y a deux ans, quand nous avons lancé l'idée, nous avons réalisé un numéro 0 qui a été accepté comme tel par la direction. Le numéro 0 de Turbulences est même devenu le numéro 1. Et depuis son lancement, il y a un an et demi, l'émission n'a pas varié dans son principe, son ton et son contenu... L'audience n'a jamais été évoquée par la direction pour justifier la suppression. Ce qui est normal, puisque nous faisons mieux que Wallonie (l'émission qui précéda Turbulences dans la même case de la grille). Pour les deux premiers numéros de la rentrée 96-97, nous avons connu un léger tassement, mais il faut dire que le jeu qui nous précède, La 9ème Case, marche moins bien que Double 7 et joue donc moins son rôle de locomotive pour les magazines de seconde partie de soirée... La vraie raison de notre disparition, nous sommes convaincus qu'elle se situe dans la volonté critique de Turbulences. Nous avons voulu créer un espace d'analyse, qui ne soit pas nécessairement conforme à cette "pensée unique" économique, celle de l'économisme dominant. Face à la paupérisation d'une partie de plus en plus importante de notre société, les gens se posent beaucoup de questions. Turbulences se posait les mêmes questions. Est-ce que le discours dominant ne mène pas immanquablement au chômage, à l'exclusion, à la mort sociale ? Alors fatalement, cette émission peut sem-

bler dérangeante... Si une télé de service public ne fait pas ce type de magazine, qui le fera ?".

DANS LA PRESSE

"...Derrière la volonté de la direction de diffuser une émission avec l'appui du Ministère de la Justice, se profile aussi le souci de l'audience. Plus que Turbulences qui a un public ciblé, "Appel à témoins" va "cartonner" et donc séduire les annonceurs. Vous avez dit "service public" ?" (Christine Simon, Le Soir, 8/11/96)

"...Le choix semblait couler de source... Il pourrait cacher un malaise un peu moins avouable. Non seulement les perspectives d'audimat étaient plus alléchantes, mais en outre, Turbulences n'était plus en odeur de sainteté. L'administrateur général, Mr Stalport, ne s'était d'ailleurs pas gêné pour dire qu'il ne correspondait pas aux objectifs. A savoir qu'il était trop hétéroclite et pas assez "wallon". N'oublions pas que Turbulences était né sur le terrain fertilisé par cinq années de "Wallonie 91, 92, etc..." mais ses responsables avaient estimé avoir fait le tour des problèmes spécifiquement wallons d'autant que, selon eux, l'installation des autorités régionales et la fédéralisation de plus en plus marquée du pouvoir avaient considérablement modifié les rapports de force. On peut aussi se demander si la relative liberté de ton dont bénéficiait l'équipe dans ses choix et Robert Neys dans ses "éditos", n'avaient pas fini par irriter quelques bonnes âmes. Mais cela, c'est une autre histoire... (Cette décision) illustre aussi, et peut-être surtout, une course à l'audience et à la publicité à laquelle la fin de l'accord TVB ne doit pas être étrangère..." (Ph.Vdb, La Libre Belgique, 19/11/96)

MME MAMINE PIROTTE NOUS RÉPOND

L'A.T.A. a interrogé Mme Mamine Pirotte, la Directrice du Centre de la RTBF Liège qui nous a répondu aimablement et rapidement dans un courrier daté du 4/12/96 :

déjà bien avancé sur le CSA, il y a la situation des radios privées...

Maintenant, le projet est sur la table. Donc, nous voulons sans frilosité en entamer le débat et le porter à terme. Le calendrier des travaux en la matière est encore extrêmement chargé. Donc, la question des auditions est une question de pure procédure parlementaire.

• **D. Ducarme** : Suite à la réaction saine de la part de la population, et qui s'est vraiment bien exprimée à travers la Marche Blanche, je suis choqué d'avoir, à ce moment-là, entendu un certain nombre de chorus politiques, y compris de votre parti, qui disaient : il faut tenir compte de la volonté de la population de s'exprimer, de participer au grand débat. Bien sûr, les parlementaires doivent également prendre leurs responsabilités. Mais pourquoi pas restaurer cette volonté démocratique au niveau du Parlement qui doit, à travers un débat sérieux et de fond,

nous permettre de prendre en considération ce qui est demandé par ceux de nos concitoyens qui ont considéré qu'ils devaient s'organiser ?

Pourquoi faut-il, dans un certain secret, comme vient de le dire Marie Nagy, avoir une discussion uniquement dans des officines parlementaires ou de partis, et ne pas, démocratiquement, avec les élus de la Nation, permettre ce débat de fond ?

• **P. Ficheroulle** : Mais il aura lieu...

• **D. Ducarme** : Mais non ! Il n'aura pas lieu, puisque vous le refusez. Je vous ai, à l'instant, à nouveau, retendu la perche. C'est vraiment un débat de société. Permettez que l'on s'entretienne avec l'ensemble des interlocuteurs. Cela, vous le refusez et vous dites : c'est ficelé. Je le regrette. Vous n'avez pas compris le message. Notre société évolue. Il faut sortir du conservatisme des attitudes politiques. Et je remarque, tant pour le PSC, qui est à

nouveau ici absent, que pour le PS, que l'on reste replié sur les vieux conservatismes d'attitude... Je remarque que vous ne voulez pas ouvrir le débat démocratique. Après un certain temps, le réveil socialiste sera extrêmement pénible.

• **P. Ficheroulle** : Juste un mot sur cette question. Moi, je crois qu'on fait d'une souris, une montagne. Cette question d'auditions, ce n'est uniquement qu'une question de procédure parlementaire... Le fait de ne pas auditionner n'empêche absolument pas de poursuivre dans les règles démocratiques... C'était simplement une question de délai. Quand vous dites que c'est ficelé, je réponds : non. Puisque la discussion parlementaire ne fait que commencer, et je ne vois pas là-dedans quel refus du débat ou quel conservatisme. Uniquement, pour une question d'audition... Il n'y a pas que des auditions dans le travail parlementaire.

- **A.T.A.** : Nous avons découvert la raison officielle du Conseil d'Administration de la RTBF de l'arrêt de l'émission Turbulences. Dans des articles de La Libre Belgique et Le Soir, d'autres raisons plus politiques ont été largement développées. Nous aimerions indiquer à nos lecteurs si vous confirmez que ces autres raisons ont motivé l'arrêt de Turbulences.

- **Mme Mamine Pirotte** : Vous comprendrez aisément qu'il n'y a pas, pour moi, de raisons officieuses qui prennent le pas sur des raisons officielles. Vous faites référence à des articles de presse. Mes confrères sont bien évidemment libres de commenter, voire d'interpréter, à leur gré, les informations qu'ils glanent. Ils ne m'ont jamais contacté.

Les raisons de l'arrêt de Turbulences sont de deux ordres.

D'une part, il a été estimé que l'émission ne répondait pas au souhait de voir dans la grille une émission essentiellement économique touchant aux problèmes de nos régions. Que dans le cadre de la réflexion globale sur la spécificité de nos magazines, manquait à l'émission un concept suffisamment précis, identifiable.



D'autre part, la RTBF Liège ayant la charge de la production de la nouvelle émission d'appels à témoins, il était indispensable de libérer, pour ce faire, des moyens tant humains que financiers et techniques.

Cependant, nous n'êtes pas sans savoir que ces prises de positions ont été assorties de deux décisions.

La première donne en charge au Centre de Liège deux émissions spéciales socio-économiques de 52 minutes à produire entre janvier et juin 1997. Je les ai confiées à M. Patrick de Lamalle.

La seconde prévoit la mise à l'antenne en septembre '97 ou janvier '98, d'un magazine économique plus clairement axé sur les problèmes de

nos régions. Ce magazine pourrait être coproduit par plusieurs centres de production TV de la RTBF.

- **Nous voudrions également savoir s'il est vrai que Turbulences, si elle n'avait pas une audience extraordinaire, était néanmoins progressivement écoutée par un public de plus en plus vaste ?**

- En ce qui concerne l'audience de Turbulences —mais cet aspect du problème n'est en rien intervenu dans les décisions— elle est quasi identique depuis la mise à l'antenne de la production et se situe dans la moyenne inférieure des magazines diffusés le mardi.

Le Comité pour l'Annulation de la Dette du Tiers-Monde nous demande de vous inviter à signer la pétition suivante :

PÉTITION "TURBULENCES"

Date :

Monsieur l'Administrateur Général,

C'est avec regret que j'apprends la disparition de votre grille des programmes de l'émission "Turbulences", seule émission socio-économique de votre chaîne.

Personne ne conteste le rôle unique que la télévision peut jouer dans l'accélération des enquêtes et donc, l'apparition de l'émission "Appel à témoin". Mais le contexte de crise où les gens ont de moins en moins la parole et les moyens de s'exprimer, rend plus nécessaire que jamais le maintien d'une émission d'analyses qui ne doit pas être parmi les plus chères de la grille et qui apporte une information critique et donc éducative. A un moment où l'éducation à la citoyenneté est un leitmotiv sans cesse repris, on ne peut admettre la disparition d'une démarche qui y participe, à la fois par le principe de l'émission et par la cohérence et la qualité du travail de cette équipe qui a donné tant de preuves

de son indépendance et de son objectivité.

Il serait regrettable que l'opinion puisse penser que, sous couvert d'une opération visant à dégager le financement nécessaire à une émission demandée par le Ministère de la Justice, la RTBF n'exerce en réalité une censure déguisée à l'égard d'une émission qui a le mérite —mais peut-être le tort— de déranger les idées reçues ou les milieux d'argent.

C'est pourquoi, en tant que citoyen payeur et client du service public, je réclame le maintien de l'émission "Turbulences" et de l'équipe qui en a assuré le succès depuis sa création.

Veuillez agréer, Monsieur l'Administrateur Général, l'assurance de ma considération distinguée.

Signature :

Nom :

Adresse :

A photocopier en 3 exemplaires et à adresser à :

- Mr Jean-Louis Stalport, Administrateur Général de la RTBF, Bd Reyers, 52, 1044 - Bruxelles.
- Mme Mamine Pirotte, Directrice du Centre de Production de Liège, RTBF Liège, Palais des Congrès, 4020 Liège (FAX : 04/341 33 13).
- CADTM, Rue Plantin, 29, 1070 Bruxelles (FAX : 02/522 61 27).



Pour les jeunes

“Comment Télé-Vous ?” a fouiné, en ce mois de décembre, parmi tous les livres pour enfants qui parlent de la télévision au détour de l'une ou l'autre de leurs pages.

“Bananes”

ET

“Bananes à gogo”

Textes : Florence Parry Heide

Ed. L'école des loisirs - Collection Neuf en poche
(DE 9 À 12 ANS)

• Jonah aime par dessus tout regarder la télévision en mangeant des bonbons. Pour son malheur, son père est un fanatique du sport et sa mère une encyclopédie de la diététique. Le destin le sauve, il va pouvoir postuler pour entrer dans une école où tous les pensionnaires ont un frigo et une télévision dans leur chambre. Au cours de l'été qui précède son entrée à l'école de ses rêves, il va malgré lui se faire un ami. Le premier livre “Bananes” est suivi de “Bananes à gogo” où l'on peut suivre les péripéties de Jonah et de son ami Goober aux prises avec un jeu télévisé.

Critique : Vocabulaire et vision ados de la vie, assez drôle avec quelques visions décapantes sur les parents, leurs vies et leurs obsessions. Le héros ayant une facilité déconcertante à inventer des histoires rocambolesques, les deux livres ne manquent pas de rebondissements.

“Les Patacolors j'adore”

Textes : Fanny Joly

Illustrations : Claude et Denise Millet

Ed. Bayard Poche - J'aime lire

(DE 6 À 10 ANS)

• Adrien Pigeon a une passion pour la publicité qu'on voit à la télé. «Aaah ! ces voitures qui foncent dans les virages de montagne... alors que celle de papa est toujours en panne. Aaah ! ces grand-mères qui éclatent de santé en mangeant des yaourts bio... alors que la mienne pleurniche dès qu'elle est enrhumée». Un casting est organisé pour dénicher l'acteur vedette pour une publicité ! Adrien va tout faire pour être l'élu. Mais la publicité n'est pas la réalité, et Adrien va l'apprendre à ses dépens ! Adrien finira par être malgré tout un héros.

Critique : Une petite histoire rigolote qui, sans remettre vraiment en question la publicité et la télévision, a quand même le mérite de démythifier le monde idyllique de la publicité. Tranche d'âge plutôt jusqu'à 8 ans maximum. Le texte et le vocabulaire sont un peu trop simplistes pour des enfants de 10 ans.

“Oukélé la télé”

Textes : Susie Morgenstern - Illustrations : Pef

Ed. Gallimard - Collection Folio Cadet Bleu

(POUR LES ENFANTS QUI

COMMENCENT À LIRE TOUT SEULS)

• Pour les parents de Stéphane, la télévision est une boîte à idioties qui rend le téléspectateur idiot, nouille, sot, bête et même plus. Ses parents cachent la télévision dans la cave pour ne la sortir que le weekend ! Stéphane, qui n'est pas du

tout du même avis, décide de réagir et d'entreprendre tout seul un voyage au bout de la télévision.

Critique : Si le héros de cette histoire ne manque pas d'imagination et de solutions pour arriver à se saouler de programmes télé, il finit par en être écoeuré. Parents : rien ne sert d'interdire, car cela rend le petit d'enfants plus malins et imaginatifs que vous. Ils trouveront sûrement la solution à cette diète ! Lecture rendue un peu difficile par un graphisme compact. Par contre, signalons un supplément à l'histoire composé d'un test, “Quel téléspectateur es-tu ?”, d'une double page sur les débuts de la télévision, ainsi que plusieurs jeux.

“Zappeur et sans reproche”

Textes : Philippe Fournier

Illustrations : Jean-Charles Sarrazin

Ed. L'école des loisirs - collection Mouche

(POUR ENFANT QUI AIME

DÉJÀ LIRE TOUT SEUL)

• C'est un grand moment dans la vie d'Antoine : “depuis qu'il a un an de plus qu'avant”, il a le droit de se coucher une heure plus tard. «Comme cela tu pourras lire un peu plus», a dit maman. «Tu pourras surtout ranger ta chambre», a ajouté papa. Antoine pense qu'il va enfin pouvoir regarder la télévision à l'heure qu'il préfère : celle des interminables séries de publicités. Mais il y a un problème, c'est le papa d'Antoine qui détient la télécommande, donc le pouvoir, et il ne cesse de zapper. Il est incapable de rester plus de deux minutes sur la même chaîne. Avec son ami Sébastien, Antoine va engager une lutte anti-zapping !

Critique : avec un vocabulaire drôle et actuel, un graphisme clair et espacé, ce petit livre plaira beaucoup.

“Téles-souris”

Textes et Illustrations : Mat Novak

Diff. L'école des loisirs

(DE 3 À 6 ANS)

• Chaque fois que la famille Souris se réunit devant la télévision, tout le monde se chamaille sur le choix du programme. Papa Souris

veut de l'action et de l'aventure, mais maman Souris veut de la comédie. Lazlo adore les documentaires, mais Emilie préfère les histoires policières. Mais arrive le jour où la télévision tombe en panne... «Qu'allons nous faire ?», demande papa.

Critique : Un livre plein d'humour, au graphisme simple et agréable, à lire pour rire et pour dédramatiser le combat familial pour le choix des programmes.

“Télé pipi”

Textes et Illustrations : Jean Maubille.

Ed. L'école des loisirs - Collection Pastel

(DE 2 À 4 ANS)

• Jano doit aller au lit, mais c'est justement son feuilleton préféré ! Alors, il a une idée. Pipi, Pipi ! Des toilettes il va pouvoir regarder la bagarre entre les cow-boys et les indiens.

Critique : Illustrations pastels pour une histoire à lire aux tout petits qui n'ont jamais sommeil.

“Nina et la télévision”

Textes et Illustrations David McPhail

Ed. Duculot

(DE 2 À 4 ANS)

• Un dimanche matin, Nina se lève tôt pour regarder la télévision. Mais la télévision ne fonctionne pas. Elle va réveiller sa maman, puis son papa, mais personne ne peut allumer la télévision. On appelle le technicien, qui essaye de réparer la télévision. Nina pleure, son papa et sa maman essaient de la distraire, avec un ballon, avec une chanson, et finalement sa maman lui lit un livre. «Lis-le encore une fois», dit Nina. Papa découvre enfin pourquoi la télévision ne fonctionne pas : la prise est débranchée ! «Vient Nina j'ai réparé la télé». Mais Nina reste dans sa chambre, elle est bien trop occupée à lire le livre pour sa poupée Sophie.

Critique : Illustrations classiques de la famille ours pour une histoire qui plaît aux tout petits.

Nathalie DUNKELMAN

Merci à la Fnac Bruxelles qui a gracieusement mis à notre disposition tous ces livres.

Pour les grands “D'Abonnement à Zapping”

Les années télé ont créé leur propre langage : contrat-câble, bartering, prime-time, mediaraad, et même... A.T.A. !

Pour nos lecteurs, l'A.T.A., c'est déjà du tout connu, et pour cause. Mais pour les autres mots barbares, c'est peut-être moins évident ! Dès lors, l'usage d'un dictionnaire n'est pas inutile. Mais lorsque pareil glossaire s'attache à une discipline aussi précise, il peut se lire, en quelques heures, de A jusqu'à Z.

Ainsi, petit à petit, entre les jambages des lettres, s'échafaudent les enjeux économiques et sociologiques, pour ne pas dire politiques, de l'univers télévisuel.

Tout cela dépend bien entendu de la pertinence des auteurs du dictionnaire et du type de définition qu'ils y proposent. Pour “D'Abonnement à Zapping”, ce sont Serge Bailly et Vincent Galuska qui se sont évertués à non seulement nous faire découvrir le sens des mots mais également les enjeux actuels de la télévision.

Ces deux auteurs collaborent à différents journaux. Vincent Galuska est attaché à Média Marketing, le mensuel belge qui traite de la publicité et de la communication. Quant à Serge Bailly, qui a coordonné le dictionnaire, il est free-lance et on lui doit également un éclairant dossier —et toujours d'actualité— “L'Odyssee de la télévision en Belgique” d'une centaine de pages, publié en supplément, dans le Média Marketing de février 1996, tant dans sa version française que flamande (Média Marketing, rue de Stalles, 70-82, 1180 Bruxelles).

Nous ne pouvons que vous conseiller le dictionnaire “D'abonnement à Zapping” parce que sa lecture vous permettra de mieux vous positionner par rapport aux enjeux de nos pressions sur l'audiovisuel. Les mots sont parfois des armes. Il faut bien les connaître pour les utiliser avec pertinence.

Bernard HENNEBERT

Le Dictionnaire de la télévision “D'abonnement à Zapping” de Serge Bailly et Vincent Galuska, Editions Luc Pire. 232 pages. 695 FB.