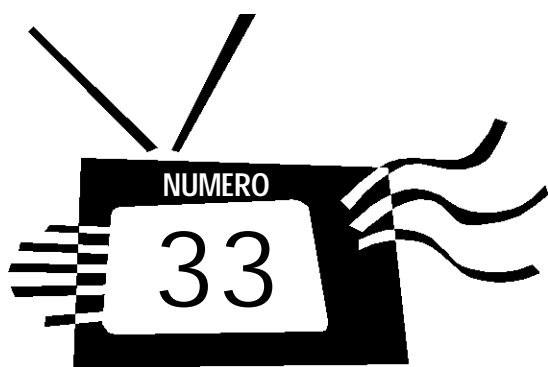


COMMENT TÉLEZ-VOUS ?

Editeur responsable : Benoit Goossens



26 MAI 1997

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 associations européennes de consommateurs considèrent que les sanctions, jusqu'à présent, en Communauté Française, sont inadéquates et inefficaces : "...la seule sanction pouvant être imposée dans le secteur de la télévision est le retrait pur et simple de la licence de diffusion... une mesure qui, bien entendu, n'est jamais appliquée".

Le nouveau CSA va-t-il changer cela ? (voir p.4)

Edito L'ATA AU PARLEMENT

Dans notre dernier numéro, nous avons annoncé que le présent journal sortirait bien vite. Pari tenu. Quinze jours plus tard, nous voici. Parce que l'actualité le demande. Le Parlement s'apprête à voter, d'une part, le nouveau statut de la RTBF, et d'autre part, la réforme du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA). Il vaut mieux que l'A.T.A. diffuse ses remarques et revendications avant plutôt qu'après ces deux votes! Sans subsides (volontairement) et grâce aux cotisations de ses membres, l'A.T.A., à cette occasion, accélère le rythme de parution de son mensuel et augmente son tirage pour atteindre les parlementaires.

LE NOUVEAU STATUT DE LA RTBF

Le vote du statut de la RTBF est imminent. L'A.T.A. souhaite que ce statut prévoit explicitement la mise en place d'un service de médiation. Contrairement à la majorité (PS - PSC), l'opposition (ECOLO et PRL-FDF) a pris position en faveur de cette demande. Nous avons lancé notre dernière salve en faveur de cette revendication par l'écriture d'une carte blanche que le quotidien Le Soir a publiée, le 16 mai dernier. Vous en trouverez copie en page 3.

Plusieurs membres de l'A.T.A.

assistent aux travaux du Parlement. Dans le prochain numéro de notre mensuel, à la fin juin, nous vous en proposerons un compte-rendu.

PROJET CSA : AUDITION DE L'A.T.A.

Le 13 mai dernier, le président et le secrétaire de l'A.T.A. ont été auditionnés pendant plus de deux heures par une quinzaine de parlementaires qui siégeaient à la Commission de la Culture, de l'Audiovisuel, de l'Aide à la presse et au Cinéma du Parlement de la Communauté Française.

Dans une longue introduction, nous avons principalement commenté nos griefs concernant la composition, le règlement et le fonctionnement de la Commission d'Ethique de la Publicité. Nous avons diffusé aux parlementaires, pour expliciter ces propos, le numéro 32 de notre mensuel consacré à notre plainte axée sur les publicités clandestines de "Bon Week-End" (RTBF).

Ensuite, nous avons répondu aux nombreuses questions que nous posèrent notamment Jean-Pierre Graffé (PSC), Jean-François Istasse et Paul Ficherouille (PS), Marie Nagy (ECOLO), Daniel Ducarme (PRL) et Françoise Carton de Wiart (FDF).

(SUITE EN PAGE 2)

Débat muselé?

Comment les chaînes de télévision de la RTBF ont-elles couvert le débat démocratique auprès de leur public sur le nouveau statut de la RTBF ? Il y a quelques semaines, l'A.T.A. avait été pressentie pour participer à un Mise au Point sur cette thématique. Le débat fut décommandé. On ne nous a pas expliqué pourquoi on nous a annoncé que la même initiative serait remise sur le chantier avant que le statut ne soit voté. Cela ne semble pas être le cas. Par contre, au JT de 19H30, le 20 mai dernier, un reportage abordait, enfin, le vote de ce statut de la RTBF. En démocratie, on aurait pu s'attendre à y découvrir une interview de la Ministre de l'Audiovisuel, d'un représentant de l'opposition, d'un syndicaliste de la RTBF et d'un représentant des usagers.

Le choix journalistique du JT fut fort différent : il nous proposa une interview d'Edouard Descampes (Président du C.A. de la RTBF), de Francis Colignon (CSC RTBF), d'André Menu (CGSP RTBF) et de Christian Dupont (Association des Journalistes de la RTBF). Seriez-vous étonné qu'aucun d'eux ne suggère l'idée de créer à la RTBF un service de médiation ? Existe-t-il une once d'un souci de déontologie lorsque la RTBF parle de la RTBF à ses téléspectateurs ? On espère que cela se passera mieux pour le travail journalistique que la RTBF réalisera à propos de la réforme du CSA.

A la question de savoir si le Parlement proposait à un représentant de l'A.T.A. d'entrer dans le futur CSA, quelle serait notre réaction, nous avons répondu que nous souhaitons qu'un ou plusieurs représentant(s) d'association(s) de téléspectateurs et auditeurs siègent au prochain CSA.

Quant à savoir si notre ASBL marquerait son accord en cas de demande de participation, il faudrait d'abord que nous découvrions la configuration du nouveau CSA. Le projet actuellement prévoit pour ses membres le secret professionnel, avec sanctions pénales possibles en cas de transgression. L'A.T.A. ne pourrait pas cautionner pareille règle. Heureusement, cette proposition semble fort peu populaire... Même l'actuel Président du CSA, Robert Wangermée, qui fut également auditionné, s'y opposa résolument.

LE CSA FRANÇAIS

Visiblement, les parlementaires aspiraient à mieux connaître le fonctionnement du CSA Français. Plusieurs questions tournèrent autour de ce sujet. Daniel Ducarme nous demanda, par exemple, pourquoi nous préférons le CSA français à d'autres instances de régulation établies en Grande Bretagne ou au Québec, par exemple. Nous lui fîmes remarquer que ce n'est pas un hasard si la Communauté Française a repris à la France l'appellation CSA... que la presse tant française que belge parle beaucoup du CSA français et donc celui-ci est une référence évi-

dente pour nombre de nos concitoyens... et que certaines instances de régulation anglo-saxonnes, aussi remarquables soient-elles, ne pouvaient que difficilement être adaptées chez nous parce qu'il n'y pas une tradition "consumentiste" aussi développée dans la mentalité de notre population que dans celle de ces pays-là.

Alors que le CSA de la Communauté Française n'est obligé de diffuser le compte-rendu de son travail que dans un rapport annuel, le CSA Français édite une lettre mensuelle d'une trentaine de pages qui lui permet de communiquer régulièrement avec les instances officielles, le monde des médias, la presse écrite et le monde associatif. Nous avons amené une trentaine d'exemplaires de notre collection et les avons remis à un parlementaire de la majorité qui s'est chargé de réaliser des photocopies.

Nous avons également invité les parlementaires à assister au Midi de l'Audiovisuel au cours duquel nous accueillerons, le 19 juin prochain, le Chef du service des Programmes du CSA Français, François Hurard (voir annonce page 5).

De plus, nous leur avons annoncé que nous publierons dans le présent journal, le compte-rendu d'une visite que nous avons faite dans les locaux du CSA Français (voir pages 6 et 7).

UN SON DE CLOCHE INHABITUEL ?

Avant d'être auditionné, nous avions bien entendu lu l'avant-projet

du décret portant sur la modification et de l'organisation du CSA concocté par le cabinet de la Ministre Laurette Onkelinx.

Nous avons donc proposé nos réflexions aux parlementaires en leur commentant deux notes écrites que nous leur avons diffusées et dont vous trouverez copie dans le présent journal :

- "Projet de loi du nouveau CSA : Remarques de l'A.T.A." (voir page 4)
- " Les sanctions du CSA" (voir pages 4 et 5).

Certains parlementaires ont paru étonné de notre audition. Ils sont sans doute davantage habitués à rencontrer des experts qui proposent des évolutions précises des textes de lois...

Nous n'avons pas pu, ni voulu répondre aux questions qui n'entraient pas dans notre champs de travail qui est, nous le savons, limité: les droits et devoirs des usagers de la télévision. Notre audition était donc partielle et même partielle. Pour nous, ce sont, dans ce cas-ci, des qualités. Nous sommes "un son de cloche". C'est probablement pour la première fois que des instances officielles nous donnent ainsi l'occasion de nous exprimer de façon ouverte et détaillée. Nous les en remercions et nous espérons leur avoir proposé plein d'informations et de réflexions inédites qu'elles ne pourront plus ignorer dans la suite de leurs travaux et dans leurs décisions.

Bref, on attend et espère de grandes évolutions dans l'avant-projet.

L'A.T.A.



Mercredi 18 juin de 12H30 à 14H

AU FORUM DE LA FNAC BRUXELLES (CITY 2, RUE NEUVE)

Pour la 4ème fois, l'Association des Téléspectateurs Actifs rassemble un vaste jury de journalistes, de créateurs et de représentants du secteur associatif pour décerner bons et mauvais points aux chaînes de télévision.

Ce ne sont pas des émissions, ni des présentateurs qui sont distingués, mais bien des "pratiques", positives ou négatives pour les usagers, mises en place durant la saison 1996-1997 sur les chaînes de télévision captables en Communauté Française.

La proclamation des résultats de ce Grand Prix des Téléspectateurs Actifs, les "ATA d'Or" 1997, et la remise des récompenses aux lauréats, heureux ou irrités selon qu'ils recevront des ATA d'Or ou des ATA de Rouille, se fera en présence du monde de l'audiovisuel, de la presse et le public rassemblés au Forum de la Fnac.



PALMARES PRÉCÉDENTS

1994

• L'ATA d'Or est attribué à la suppression des programmes violents en journée sur RTL-TVI. Cette décision s'est concrétisée en ce qui concerne les programmes proprement dits mais pas en ce qui concerne les bandes annonces diffusées en journée. Un feuilleton violent (Miami Vice) avait été "oublié", le dimanche à 16h. Suite à la pression d'une association de téléspectateurs, il fut remplacé par un autre feuilleton non violent. Même le Service Public ne s'est pas lancé dans pareille suppression.

1995

• L'ATA d'Or est attribué à l'opiniâtreté et à l'imagination sans relâche de quelques réalisateurs et de leurs équipes qui s'obstinent malgré les difficultés à maintenir au sein de la RTBF une grande tradition du documentaire d'investigation.

1996

• L'ATA d'Or 1996 est attribué à la RTBF pour sa programmation régulière d'émissions de reportages en prime time. Le Jury est attaché à des émissions telles que Au nom de la Loi, Strip-Tease, Autant Savoir ou Le Jardin Extraordinaire, qui sont programmées après le journal télévisé de 19 heures 30. Ce choix de programmation existe depuis de nombreuses années et le Jury veut marquer l'adhésion et l'attachement de nombreux téléspectateurs à pareille démarche qui est courageuse et qui est rare dans le paysage audiovisuel actuel.

Dernière ligne droite

MÉDIATEUR À LA RTBF

Voilà notre dernière salve ! Cela fait plus de deux ans que régulièrement nous demandons que le nouveau statut de la RTBF prévoit un service de médiation pour les auditeurs et les téléspectateurs.

L'avant-projet de Laurette Onkelinx a déjà été amendé par une phrase qui contraint la nouvelle RTBF à assurer l'écoute des téléspectateurs et auditeurs et le suivi de leurs plaintes.

C'est mieux que rien mais selon

nous encore insuffisant. Cet amendement ne contraint la RTBF ni à créer un vrai service de médiation, ni à en financer sérieusement le travail.

Voilà pourquoi, le président et le secrétaire de l'A.T.A. ont publié dans le quotidien Le Soir du 16 mai dernier une "carte blanche" qui remet les pendules à l'heure.

Quelques jours plus tard, le 20 mai, le Parlement entamait la phase finale de l'adoption du statut de la RTBF. La détermination de l'A.T.A. fait recette. Ainsi, ce jour-là, le député Daniel Ducarme (PRL-FDF), dans sa brève interview diffusée aux informations de la mi-journée par la

Une (RTBF radio), a fait de notre demande le dernier des quatre griefs que lui inspiraient le projet du nouveau statut de la RTBF : «...Enfin, le dernier point qui, pour nous, est important, c'est que la place laissée aux auditeurs et téléspectateurs est vraiment nulle ! Il n'y a même pas volonté, comme cela existe pour des entreprises autonomes créées sur le plan fédéral, d'avoir un service de médiation».

Dans le prochain numéro de notre mensuel, nous serons enfin en mesure de vous confirmer si l'ensemble des parlementaires ont tenu compte de notre requête.

La RTBF lèse mais ne négocie pas

Le mur. Aucune négociation. On attend « que ça passe... » ? Actuellement, la RTBF ne propose aucune solution aux réclamations massives de ses téléspectateurs privés depuis le 1^{er} mars d'une, de deux ou des trois chaînes qu'elle diffuse. Ceux-ci devront continuer à payer intégralement leur radio-télé redevance. La RTBF fera peut-être un geste symbolique. Par exemple, le rapatriement d'« Ici Blabla » sur la Une. Il ne résoudra pas les problèmes des amateurs de sport, de culture, de rediffusions... Ni ceux qui s'intéressent au concours Reine Elisabeth ou aux retransmissions des commissions parlementaires...

Et ce n'est qu'un début : le détournement actuel de l'esprit même de service public qui, par nature, doit être accessible à tous les citoyens qui paient leur radio-télé redevance est la porte ouverte aux chaînes thématiques payantes... qu'on justifiera en proclamant que la RTBF n'est, de fait, obligée que de diffuser à tous et gratuitement que sa première chaîne généraliste.

Alors que faire ?

Tout d'abord, souligner l'ampleur des dégâts. Le nombre de personnes lésées présenté sous forme de pourcentage (5%) par la RTBF et le ministère de l'Audiovisuel n'était pas explicite pour le public. Or, ce chiffre correspond à plus de 300.000 téléspectateurs. Vu ainsi, il ne s'agit plus comme le dira M^{me} Onkelinx au Parlement d'« une petite partie de la population », mais bien d'une fraction importante de citoyens dont il faut tenir compte et qui ont droit à l'égalité de traitement et au respect.

Rebaptiser la radio-télé redevance annuelle

Il est étonnant de constater que la RTBF qui est d'habitude si sourcilieuse de son audimat accepte de perdre autant de monde. Il est vrai qu'une frange de ces téléspectateurs sont des personnes qui n'ont pas les moyens de se payer un abonnement à la télé-distribution et donc leur pouvoir d'achat limité est sans grand intérêt pour la régie publicitaire de la RTBF.

Ensuite, il faudra rebaptiser la redevance afin que le public comprenne enfin dans quelle pièce il joue. En effet, interpellés, l'administrateur général de la RTBF et le ministre de l'Audiovisuel ont expliqué que proposer à tous la Une, la Deux et Eurosport/21 coûterait trop cher à la RTBF.

Et pourtant chaque téléspectateur paie chaque année une radio-télé redevance non négligeable : plus de 7.000 francs, actuellement ! Mais celui-ci sait-il que seulement l'équivalent d'un peu plus de la moitié de cette somme est restituée, par le biais de la dotation, à la RTBF ?

Le solde finance principalement l'enseignement. Voilà pourquoi le public ne saisit pas bien pourquoi l'audiovisuel fonctionne si difficilement alors que sa contribution financière est élevée. Il lui sera donc difficile d'exiger du pouvoir politique qu'il augmente la dotation de la RTBF afin qu'elle puisse mener à bien ses

missions. Il faudrait donc parler officiellement de « radio-télé-enseignement-et-tutti-quantum redevance ». Le téléspectateur sera ainsi plus vite convaincu que la Communauté française ne consacre pas assez d'argent à la télévision, contrairement à la Communauté flamande qui trouve encore aujourd'hui les moyens de financer davantage que dans notre communauté ses chaînes de télévision de service public, et ce, sans même faire appel à la publicité commerciale.

Deux propositions concrètes pour le nouveau statut

Cette illusion que le citoyen paie une dime élevée pour l'audiovisuel s'illustre « également par le fait que plusieurs milliards provenant des abonnements pour la télédistribution sont réinjectés dans des intercommunales qui les investissent dans des travaux qui n'ont rien à voir avec l'audiovisuel. Dommage : la télévision mériterait mieux, vu son impact éducatif et citoyen.

Enfin, le plus important reste à faire avant fin mai, période où le parlement de la Communauté française pourra amender une dernière fois le décret du nouveau statut de la RTBF avant de l'adopter.

Voici deux propositions concrètes. Afin d'éviter les ambiguïtés du statut actuel de la RTBF qui ont permis la dérégulation que l'on sait, il est indispensable de changer le texte suivant : *(La mission de service public de la RTBF) est assurée en priorité par une offre au public, notamment à l'ensemble des francophones de Belgique, de programmes de radio et de télévision, par voie hertzienne, par câble, par satellite ou tout autre moyen technique similaire qui permet d'assurer l'accès, à des conditions respectant le principe d'égalité entre les usagers, à tous les programmes généraux et spécifiques de l'entreprise correspondant à sa mission de service public.*

Il devra être amendé de la façon suivante : *(La mission de service public de la RTBF) est assurée en priorité par une offre au public, notamment à l'ensemble des francophones de Belgique, de tous les programmes de radio et de télévision, par voie hertzienne, par câble, par satellites et par tout autre moyen technique similaire qui permet d'assurer l'accès, à des conditions respectant le principe d'égalité entre les usagers, à tous les programmes généraux et spécifiques de l'entreprise correspondant à sa mission de service public.*

Un des fleurons de la RTBF, ce sont ses émissions qui prennent la défense des usagers sur tous les thèmes de la vie courante. A l'exception de la RTBF ! Voilà une raison précise pour laquelle encore davantage que les autres services publics la RTBF devrait disposer d'un service de médiation.

« Cartes sur table » a consacré une émission aux téléspectateurs qui sont irrités de ne plus recevoir les trois programmes de la RTBF. L'émission ne se déroula pas comme à l'accoutumée. Souvent, le présentateur est secondé par un(e) « spécialiste » qui décrit les droits des victimes et joue un rôle de médiateur. Ce ne fut pas le cas, ce jour-là !

Un service de médiation aux missions plus concrètes

Il est dès lors capital que le nouveau statut de la RTBF prévoie clairement la création — et le financement — d'un véritable « service de médiation » comparable à ceux qui existent dans les autres services publics. Le texte prévu actuellement dans le projet est beaucoup trop timide : *(La RTBF devra) assurer l'écoute des téléspectateurs et auditeurs et le suivi de leurs plaintes; Par ailleurs proposition ne garantit pas définitivement qu'il y aura un service de médiation qui, par exemple, pourra, comme le proposait un amendement refusé par la majorité, ...dans le cadre d'une plainte dont il est saisi, prendre connaissance, sans déplacement, des livres, de la correspondance, des procès verbaux et généralement de tous les documents et de toutes les écritures de l'entreprise ayant trait directement avec l'objet de la plainte. Il peut requérir des administrateurs, des agents et des préposés de l'entreprise toutes les explications ou informations et procéder à toutes les vérifications qui sont nécessaires pour son examen. L'information ainsi obtenue est traitée par le service de médiation comme confidentielle, lorsque la divulgation pourrait nuire à l'entreprise sur le plan général.*

Rendre accessible les trois chaînes de la RTBF à tous demande des efforts financiers à court terme.

Ceux-ci seront récompensés à longue échéance si 300.000 téléspectateurs peuvent bénéficier d'une télévision de service public qui popularise un vrai travail de prévention citoyenne. Il ne s'agit donc en fait que de vue à long terme et d'investissement.

BENOIT GOOSSENS
et **BERNARD HENNEBERT**
Président et secrétaire de l'Association des téléspectateurs actifs (ATA)

Les intertitres sont de la rédaction.

Carte blanche parue dans
Le Soir du 16 mai 1997.

Projet de loi du nouveau CSA

REMARQUES DE L'ATA

L'Association des Têlespectateurs Actifs (A.T.A.) a étudié attentivement le projet de décret portant modification de la composition et de l'organisation du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel.

L'A.T.A. n'a jamais été consultée lors de l'élaboration de celui-ci, bien que depuis plusieurs années, elle a marqué publiquement son intérêt pour ce dossier.

L'A.T.A. ÉMET
LES REMARQUES SUIVANTES :

1

N'est mise en place officiellement aucune source qui permet d'alimenter la découverte des infractions qui seront portées à la connaissance du CSA. Pourquoi, par exemple, ne pas prévoir un observatoire de surveillance quotidienne ?

En France, cette partie du travail est essentielle pour le CSA et occupe la majorité de son personnel. Sont affectés à cette surveillance quotidienne pas moins de 54 informaticiens, assistants et secrétaires. Bien entendu, ils doivent surveiller davantage de chaînes radio et TV qu'en Communauté Française.

Actuellement, personne et aucun matériel spécifique n'est affecté à cette tâche en Communauté Française.

Ceci est d'autant plus grave qu'en Communauté Française :

- aucune émission de télévision ne mène un travail d'investigation analogue au "Zapping" quotidien de Canal+ France (diffusé 2 fois par jour + un condensé de la semaine, le samedi soir),

- lorsque l'A.T.A. demande copie d'une séquence litigieuse (d'une durée de 5 minutes) afin de pouvoir la visionner pour rédiger un article (il ne s'agit donc pas de la rediffuser en public), l'Administrateur Général Jean-Louis Stalport répond officiellement à l'ATA qu'il lui en coûtera 17.714 francs TVA incluse (sans la cassette)...

2

Aucune porte d'entrée qui permettrait aux usagers d'audiovisuel de porter plainte ou d'exprimer leurs demandes n'est prévue dans l'avant-projet.

Les plaintes ne devraient pas se

limiter au domaine de la publicité.

Le règlement proposé aux usagers qui souhaitent porter plainte doit être exhaustif et doit être explicite tant pour des individus que pour des regroupements d'individus (à savoir, quelles associations peuvent introduire une plainte, et comment).

Le plaignant a droit de connaître les décisions, avis ou recommandations émanant tant du CSA que du Ministre.

La publicité de ceux-ci est permise à toutes les parties en cause.

Le collège du CSA chargé de cette mission dispose des moyens humains et financiers pour populariser régulièrement auprès du public les conditions techniques de cette possibilité de porter plainte.

3

Nouveauté intéressante de l'avant-projet : en cas d'infraction, le Collège d'Autorisation et de Contrôle du CSA pourra, dans certains cas, lever des amendes. Mais le fait que le montant de celles-ci sera affecté à la création audiovisuelle n'est pas logique.

Il est beaucoup plus cohérent que ces amendes soient reversées au secteur qui s'oppose aux dérives et infractions de l'audiovisuel, à savoir aux associations d'éducation aux médias, tout comme l'industrie du tabac, quand elle se voit condamnée, verse des dommages aux associations qui œuvrent pour la prévention du tabagisme (1).

Tout le monde est conscient que l'éducation des téléspectateurs est indispensable. Les budgets affectés actuellement à celle-ci sont dérisoires : 10 millions annuels sans indexation.

Tant le lobby des publicitaires que les chaînes qui programment de la violence gratuite, pour ne pas limiter leur initiative, prônent l'éducation aux médias en guise de contre poison.

L'A.T.A. estime qu'actuellement, 90% des élèves et des enseignants, faute de moyens, ne sont pas touchés par cette éducation aux médias.

4

Le CSA et le Gouvernement n'ont aucune obligation d'information du public. Rien n'est officiellement prévu à ce sujet, même pas la médiatisation auprès de celui-ci du rapport annuel.

5

Aucune obligation de rémunération des membres et du secrétariat du

CSA n'est prévue dans l'avant-projet. Outre le fait que cette caractéristique ne favorise pas la professionnalisation de cette instance, il faut bien se rendre compte que cette situation rend l'instance de régulation dépendante de l'administration du Ministère de la Culture et de l'Audiovisuel qui sera chargée d'en gérer le quotidien.

6

La plupart des missions du CSA se résument à la préparation d'avis pour le Gouvernement. Dès lors, le CSA sera toujours dépendant de celui-ci. Contrairement à ce qui se passe dans d'autres pays, notre secteur audiovisuel reste beaucoup trop dépendant du Gouvernement.

7

Parmi les (trop) nombreux membres du CSA qui ont une voix délibérative, aucun ne représente ni les associations d'éducation aux médias, ni les associations de téléspectateurs et d'auditeurs.

D'autre part, les représentants des associations de consommateurs sont extrêmement minoritaires par rapport à la délégation des professionnels.

Enfin, les représentants de la société civile (des professeurs d'université, par exemple) sont ignorés.

L'actualité nous montre que le CSA Français fait preuve d'initiative et d'efficacité. On lui doit, par exemple, l'introduction, ce 18 novembre 1996, d'une signalétique sur les chaînes permettant aux téléspectateurs d'évaluer la violence des programmes. La composition de ce CSA est moins pléthorique (une douzaine de membres) et est constitué de personnes qui n'exercent pas d'autres activités dans le domaine de l'audiovisuel.

Pourquoi ne pas décider que toutes les personnalités qui sont "juge et partie", c'est-à-dire la majorité des membres du CSA tel qu'il est recomposé par le projet, pourraient collaborer aux travaux du CSA de la Communauté Française mais ne disposeraient que de voix consultatives.

L'A.T.A. prône que tous les membres du CSA soient nommés par les parlementaires et que la raison de leur nomination soit motivée, ce qui n'est pas le cas actuellement.

(1) Il s'agit d'un exemple français, comme nous l'a fait remarquer un membre du Parlement.

LES SANCTIONS DU CSA

Il est fort intéressant de découvrir comment la Belgique est pointée du doigt par le BEUC (le Bureau Européen des Unions de Consommateurs) et les consommateurs hollandais du Consumentenbond, dans la brochure qu'ils viennent d'éditer, "Les enfants et la publicité" (1) ...

"Les sanctions, peut-on y lire, sont un outil primordial de contrôle et de mise en application. Néanmoins, dans la pratique, lorsqu'une publicité n'est pas conforme aux dispositions réglementaires existantes, rares sont les systèmes réglementaires qui ont effectivement la possibilité d'imposer des sanctions. Et quand ils le font, ces sanctions sont inadéquates ou inefficaces.

En Belgique, par exemple, la

seule sanction pouvant être imposée dans le secteur de la télévision est le retrait pur et simple de la licence de diffusion... une mesure qui, bien entendu, n'est jamais appliquée.

En outre, dans la plupart des pays, l'amende à payer est inférieure au coût total de la publicité.

Une autre difficulté réside dans la lenteur des procédures. Or, les campagnes publicitaires sont généralement programmées sur une période

limitée. Par conséquent, lorsqu'une publicité est jugée inacceptable et que l'organisme chargé de faire appliquer les lois intervient pour stopper la campagne, dans la plupart des cas, le mal est déjà fait" (1).

TROP LENT

Notre plainte contre la publicité clandestine de "Bon Week-end" (RTBF) a été envoyée à la Commission d'Ethique de la Publicité, le 19/12/1996. La recommandation a été adoptée, le 15/4/97. Nous ne connaissons pas la suite des échéances : la mise par écrit de la recommandation, son envoi à la Ministre de l'Audiovisuel, le temps de la réflexion et éventuellement de la consultation, suivi de la décision (éventuelle) qui sera communiquée à la RTBF... Bref, lorsqu'on sait que les émissions "Bon Week-end" sont enregistrées longtemps à l'avance et que le premier épisode des "best of" de cette émission a été diffusé le 2/5/1997... Autant constater que notre plainte déposée en décembre aura peut-être ses retombées réelles à la rentrée de septembre 1997... Il faut bien reconnaître que la RTBF n'a pas attendu le verdict et qu'elle a allégué —mais pas supprimé— l'omniprésence de la publicité clandestine dans sa célèbre émission humoristique du vendredi soir.

DES AMENDES

L'A.T.A. prône les sanctions financières, à titre préventif.

Lorsqu'on touche au porte-monnaie d'une chaîne, elle évitera de récidiver... Il revient aux parlementaires de prévoir une tarification qui soit dissuasive et, en même temps, pas trop excessive, car il ne faut pas non plus que les chaînes sanctionnées ne puissent pas poursuivre leurs activités.

L'ÉCRAN NOIR

Un amendement en discussion en France pourrait donner la possibilité au CSA d'imposer à une chaîne, en cas de transgression, un écran noir d'une à dix minutes, assorti d'un communiqué.

Cette idée fait peur. Elle nous semble pourtant une piste intéressante, si elle est bien réglementée. Bien sûr, l'écran noir devrait être exceptionnel. Il devrait permettre la diffusion sur antenne d'un communiqué qui explique aux téléspectateurs la raison de la sanction. Il s'agirait ainsi d'un travail d'éducation aux médias fort efficace. Imaginez, par exemple, que les téléspectateurs qui auraient vu la fausse interview de Castro par PPDA, auraient droit, quelques semaines plus tard, à 20 heures, à une interview d'un membre du CSA qui leur expliquerait l'arnaque, TF1 ne pouvant bien entendu pas commenter ladite explication... Les téléspectateurs prendraient un recul par rapport à leur petit écran et TF1 ne recommencerait pas deux fois la même erreur...

Cet "écran noir" est présenté

comme une nouveauté alors que TF1 a déjà été obligée de diffuser, le 28/5/91, juste avant le JT de 20H, un communiqué du CSA. Le texte défilait lentement sur l'écran. Une voix off le lisait.

En voici un extrait : "Les 5/12/90 et 3/1/91, dans le cadre du "Club Dorothee", TF1 a diffusé des émissions comportant des scènes de violence et de sadisme. De telles scènes, diffusées au cours d'émissions destinées aux enfants, peuvent heurter gravement leur sensibilité".

QU'EN PENSE MR WANGERMÉE ?

L'actuel président du CSA de notre Communauté Française, Robert Wangermée, dans une interview accordée à La Libre Belgique (22-23/3/1997), marque son scepticisme par rapport à cette idée "d'écran noir", l'estimant très spectaculaire mais sans beaucoup de sens. Cette position nous étonne car elle émane d'un homme qui préside également le Conseil de l'Education aux Médias...

L'A.T.A. croit au contraire aux vertus pédagogiques de cette pratique à laquelle il faudrait sans doute donner un autre intitulé que le ténébreux "écran noir".

BEUC

Avenue de Tervueren, 36 Bte 4
1040 Bruxelles. Tél. : 02/ 735 74 55

(1) "Les enfants de la publicité"
(septembre 1996 - 40 pages).

LES MIDIS DE L'AUDIOVISUEL

La 17ème séance des "Midis de l'audiovisuel" se déroulera le

jeudi 19 juin de 12H30 à 14H, au Forum de la Fnac Bruxelles
à City 2, Rue Neuve.

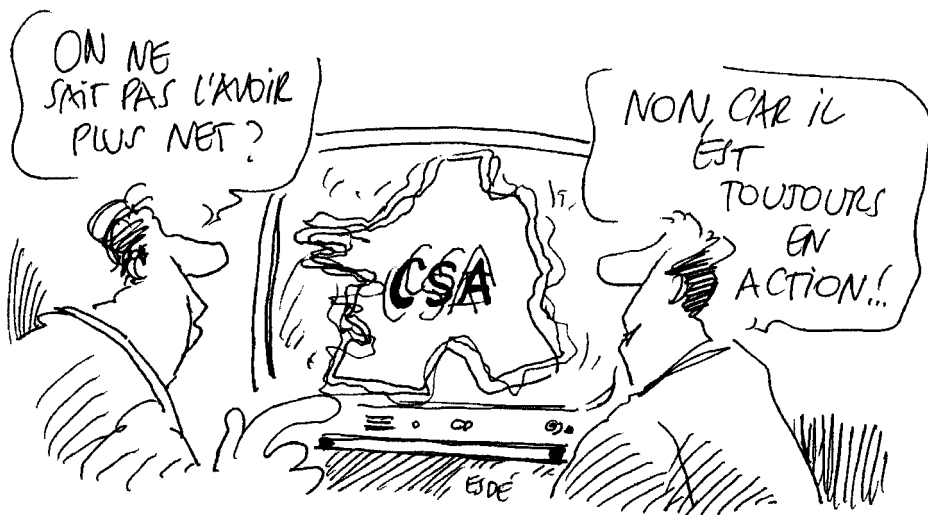
C.S.A. FRANÇAIS : MODE D'EMPLOI

Le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (C.S.A.) français est un modèle :

- Pour la campagne électorale en cours, le C.S.A. français emploie 15 observateurs et 5 analystes supplémentaires pour décortiquer méticuleusement les temps d'antennes accordés aux différents partis.
- Il est à l'origine d'une signalétique qui permet de découvrir le degré de violence des fictions.
- Pour deux publicités clandestines insérées dans "N'oubliez pas votre brosse à dent" de Nagui, il inflige une amende de l'équivalent de 5 millions de FB à France 2. Cette rentrée financière alimentera le fonds d'aide à la création télévisuelle.
- Etc.

Toutes ces activités, jusqu'à présent, ne sont prises en charge par personne, en Communauté Française... Or, avant la fin juin, nos parlementaires vont voter le nouveau statut de notre C.S.A. Il était donc utile que l'Association des Téléspectateurs Actifs organise une séance au cours de laquelle des parlementaires de chez nous découvrent davantage le fonctionnement du C.S.A. français pour éventuellement s'en inspirer.

Ainsi, les parlementaires Françoise Carton de Wiart (PRL-FDF) et Paul Ficheroulle (PS) interrogeront François Hurard, Chef du service des Programmes du C.S.A. Français. Il dirige notamment l'équipe d'une cinquantaine d'informaticiens, d'assistants et de secrétaires qui observent quotidiennement les chaînes françaises.



CASSE-CROUTE GRATUIT

L'entrée est gratuite et une collation sera offerte aux personnes qui annonceront leur venue au plus tard la veille de l'activité, au 02/ 209 22 27.



OSONS COPIER

L'A.T.A. a visité les installations et les locaux de surveillance du CSA Français, dans la Tour Mirabeau, au quai André Citroën, en bord de Seine, dans le XVème arrondissement de Paris.

Pendant près de deux heures, nous y fûmes guidés par François Hurard, le chef du service des programmes. Voici un condensé de nos notes que nous destinons tout particulièrement aux parlementaires de la Communauté Française afin qu'ils se rendent compte qu'il n'est pas normal que notre CSA, jusqu'à présent, ne dispose d'aucun magnétoscope pour surveiller nos chaînes...

Au CSA français, le service des autorisations est volontairement dissocié du service des programmes.

Le premier a accordé, il y a quelques mois, la prolongation d'autorisation d'émettre à TF1 et M6 et se préoccupe actuellement des chaînes liées aux satellites.

Le second, celui qui nous intéressera davantage dans la présente enquête, exerce une fonction de contrôle : le pluralisme et l'honnêteté de l'information, la protection de l'enfance et de l'adolescence, les obligations de quotas de production et de diffusion... Ainsi que le volume de la publicité, la publicité clandestine, les modalités de parrainage... La qualité, le respect de la langue française. Enfin, il y a également les obligations spécifiques de chaînes de service public.

Dans ces matières, en plus de la fonction de contrôle, il y a également un aspect prévisionnel. Des études sont réalisées, par exemple, sur la qualité des programmes. Le CSA est ainsi amené à proposer des avis au Parlement en vue de faire évoluer les différentes réglementations concernant le paysage audiovisuel.

Non seulement le contrôle s'applique aux réglementations des cahiers de charges et de la législation française mais également aux obligations issues de la Directive Télévision Sans Frontière de la Commission Européenne.

24H SUR 24 !

Côté contrôle au niveau des chaînes de télévision, ce sont les réseaux hertziens nationaux qui sont privilégiés. Pour ces chaînes, un contrôle quasi exhaustif est prévu alors que pour les chaînes locales et pour le câble (ainsi que pour les chaînes numériques qui vont se développer), un contrôle par sondage est organisé.

«Par rapport aux chaînes nationales, nous faisons tout nous-même, nous explique François Hurard. On ne fait pas confiance aux diffuseurs. Notre expérience nous montre qu'il ne vaut mieux pas... A terme, néanmoins, notre travail a un effet péda-

gogique. Les chaînes, se sentant contrôlées, mettent en place elles-mêmes des structures d'auto-contrôle pour éviter les problèmes... Plus tard, donc, on pourra envisager de leur déléguer une partie de notre contrôle : la coordination de certaines statistiques, par exemple».

Pour les chaînes nationales (TF1, France 2, France 3, Canal+, M6...), tous les programmes sont enregistrés, 24 heures sur 24, avec un horodateur qui permet de retrouver tout à la seconde près sur des cassettes VHS, les plus faciles à consulter. L'enregistrement se fait en deux exemplaires et les programmes sont stockés pendant quatre mois, le délai durant lequel les plaintes ont le temps d'arriver.

La batterie de magnétoscopes est pilotée par ordinateur. Toutes les douze heures, les cassettes sont changées.

Toutes les informations utiles sont étiquetées par ordinateur, ce qui permet de retrouver aisément n'importe quelle sélection de programme.

De plus, deux magnétoscopes complémentaires enregistrent les chaînes "satellites" ou "câble". Eurosport ou TV5 Europe, par exemple, y sont enregistrées, une à trois semaines par an (par exemple, une semaine d'un programme d'hiver, une semaine d'un programme d'été, etc.). Les chaînes, bien entendu, ne sont pas informées des dates d'enregistrement et cette confidentialité, nous affirme-t-on, n'a jamais été prise en défaut.

Pour les chaînes plus locales, le système est différent. Elles doivent enregistrer leurs émissions elles-mêmes et les garder pendant quinze jours. Le CSA leur demande, après coup, de lui faire parvenir les enregistrements de la semaine précédente : «En cas de montage pour nous cacher des séquences, nous nous reportons sur les CTR qui enregistrent également des émissions de télévision. Ces CTR sont les Comités Techniques Radiophoniques qui travaillent en priorité sur la présélection des dossiers radio mais qui peuvent également faire différents contrôles...»

EN FRANCE : DÉJÀ, UNE TRADITION...

Rien que la structure de contrôle du CSA emploie 54 secrétaires, assistants et informaticiens.

Le travail de visionnage "de routine" est réalisé par des étudiants qui travaillent à mi-temps. Visionner toute une journée serait trop fatiguant. Après deux ans de travail, il n'y a pas de réengagement car cette tâche est trop éprouvante.

C'est un travail aux règles strictes, standardisé et qui fait appel à très peu d'initiative personnelle. Les observateurs travaillent en cabine. Ils analysent les programmes de la veille. Ils relèvent, par exemple, le temps de parole des personnalités politiques et syndicales dans les diverses émissions. Chaque mois, le Parlement doit, en effet, disposer du temps de parole de chaque

parti politique par chaîne. Les thématiques des interventions sont également annotées, ce qui permet de découvrir quels sujets sont commentés ou non, et par qui.

Pour le travail plus qualitatif, il est fait appel à une quarantaine de spécialistes qui travaillent à temps plein. Leur savoir faire intuitif est indispensable pour "découvrir où il faut aller piocher pour trouver des infractions".

Les axes d'analyse sont multiples : l'éthique, l'information, la protection de la jeunesse, la programmation des films, la publicité et le parrainage...

Six personnes assurent, chacune, la coordination des remarques et des informations pour une des chaînes "nationales".

Plusieurs chargés de missions s'occupent des chaînes du câble et du satellite. En cas de "faute", leurs notes remontent jusqu'au Conseil d'Administration du CSA qui statue sur l'éventuelle sanction à infliger à la chaîne contestée.

«Nous souhaitons, nous explique notre guide, que ces personnes travaillent longtemps chez nous. Leur formation est longue. Elles ne sont opérationnelles qu'après 3 ou 4 ans. De plus, le nouveau code pénal interdit à toute personne qui contrôle une société, d'y travailler. Donc, ces personnes ne peuvent pas être engagées par les chaînes elles-mêmes pour effectuer du contrôle interne. En conséquence, nous constatons une stabilité du personnel. Ces personnes ont une éthique de travail très critique. La plupart d'entre-elles aiment la télévision. Elles proviennent d'horizons fort différents».

Ainsi, par exemple, cette jeune femme spécialisée dans l'usage de la langue française. Elle tient sa chronique, chaque mois, dans la Lettre du CSA. Elle réalise non seulement un travail de contrôle mais également de prévention, en réalisant notamment des notes pour les journalistes. Une de ses spécialités : préciser des équivalents français aux termes anglo-saxons.

Près de 40% de ces effectifs est constitué du noyau dur qui réalisait, naguère, le contrôle interne à l'ORTF. A cette époque-là, on travaillait "en temps réel" : on regardait les émissions en direct... Cette pratique a forgé leur culture de contrôle. On peut donc déjà parler, en ce qui concerne le contrôle de la télévision, de tradition.

Pour les élections législatives de ce printemps, quinze observateurs et cinq analystes ont décortiqué pour les neuf sages du CSA les programmes des chaînes hertziennes. Pour les émissions consacrées aux élections, les chaînes doivent veiller "à ce que chaque formation politique participant au scrutin bénéficie d'une présentation et d'un accès à l'antenne équitable" (quel contraste avec la RTBF qui, sous prétexte d'interdire l'accès à ses antennes aux formations d'extrême-droite, avait, du même coup, empêché d'autres petites formations de s'exprimer...). De plus, LCI, Euronews ainsi que France 3 et

LE CSA FRANÇAIS!

M6, pour leurs programmes régionaux, doivent elles-mêmes effectuer le découpage de leurs journaux et adresser un relevé au CSA qui en publie une synthèse, une fois par semaine.

74.439 ÉMISSIONS RÉPERTORIÉES

La cellule "cinéma" s'est fort développée. Une base de données est active pour tous les films diffusés à la télévision : titre du film, réalisateur, acteurs, dates et heures de diffusion sur les chaînes, audience, parts de marché, genre du film, V.O. ou doublage, rang de diffusion, chaînes coproductrices, date de sortie en salles, année de réalisation, aides financières, etc.

Tous les deux ans, le CSA publie une étude sur le cinéma à la télévision. On constate ainsi que c'est toujours les mêmes films qui reviennent sur les chaînes hertziennes. Près de 60% de la production française depuis 1985 n'y a pas été programmée. Par contre, CANAL+ et ARTE agissent tout autrement.

Une autre étude a été réalisée récemment sur la promotion du cinéma à la télévision. On y découvre que les chaînes privilégient soit leurs coproductions, soit les films US des majors avec lesquelles elles ont des accords d'achats de droits. Ce constat a été largement répercuté dans la presse écrite, ce qui risque de rendre pas mal d'usagers du petit écran plus critiques vis-à-vis de ces prétendues "vitrines" hebdomadaires de l'actualité des sorties cinématographiques.

D'autres bases de données sont mises en place à propos de la fiction, des documentaires ou des programmes TV, genre par genre...

Le CSA ne se contente pas des avant-programmes diffusés par les chaînes. Médiamétrie est obligée d'établir un déroulant des programmes, seconde par seconde, pour y mentionner les audiences. Le CSA utilise ce déroulant et y détaille plein d'informations, y compris les retards des chaînes par rapport aux annonces parues dans la presse, la diffusion de bandes-annonces de 15 secondes, etc. Ce travail permet en fin d'années d'avoir des statistiques, par exemple, sur les émissions culturelles, et d'obtenir une appréciation précise sur l'offre des programmes de chaque chaîne. Pareil travail va permettre, par exemple, de découvrir les nationalités des dessins-animés programmés par Dorothee sur TF1 !

Il existe aussi un listing informatique—depuis 1989—où sont présentées les nouvelles émissions de télévision. Chaque semaine, il est réimprimé. Lors de notre visite, il comptabilisait 74.439 titres d'émissions... Là, à nouveau, on peut tout savoir sur telle ou telle émission : titre, nationalité, durée, diffusion, financement, etc.

TRANSPARENCE

Le service de contrôle est en relation avec tous les lobbies à l'exception de celui des diffuseurs : les syndicats de la production, les associations familiales, toutes les

associations qui sont en contact avec le CSA à propos du contenu des programmes.

Le CSA réalise des bilans mensuels sur la plupart des obligations quantitatives des chaînes. A titre préventif, ceux-ci leur sont envoyés régulièrement afin que les chaînes puissent éventuellement rectifier rapidement leur tir, sans attendre les bilans annuels. Pour préparer ces derniers, les responsables des chaînes sont auditionnés par le CSA. Le tout est commenté et fait l'objet de la publication annuelle "Le bilan du CSA".

«Nos chiffres n'ont jamais été contestés. Bien entendu, il y a, par contre, des contestations à propos des définitions, des termes juridiques ou de la nature de ces obligations. Nous développons une grande transparence : par exemple, les résultats de nos statistiques sont mis à la disposition des chercheurs, des professionnels... et elles sont même utilisées pour la répartition des droits d'auteurs. Nous allons donc bien au-delà du contrôle simplement administratif».

Les sanctions infligées aux chaînes ne sont pas uniquement financières : «Il y a certainement

aussi une valeur pédagogique des décisions de l'instance de régulation, conclut François Hurard. Il est important de rendre le public sensible aux infractions qu'on a relevées, à la défense de ses droits. Que ce ne soit pas simplement des mesures internes au système et à l'industrie. Le CSA s'oriente de plus en plus vers la forme du "communiqué" lorsqu'il y aura des sanctions, afin que le public soit prévenu. Nous avons également un service qui traite des plaintes des téléspectateurs. Elles sont de plus en plus nombreuses et portent parfois sur des éléments qui nous avaient échappés. Elles sont nombreuses, les lettres qui signalent des faits précis, pointus... Souvent, nous constatons que les téléspectateurs sont très conscients de la réglementation et de son application par les chaînes. L'éducation aux médias devrait encore renforcer cette évolution».

**Reportage et transcription :
Nathalie DUNKELMAN,
Benoit GOOSSENS,
Bernard HENNEBERT
et Pierre RAVACH.**

(La visite du CSA à Paris a été effectuée le 11 décembre 1996)

SIGNALÉTIQUE ANTI-VIOLENCE

Chez nous : toujours rien !

Le CSA français a de la suite dans ses idées ! Il réalise des études pour découvrir si ses initiatives sont efficaces et atteignent leur but.

Vient ainsi de paraître le premier bilan de la mise en place de la signalétique anti-violence.

On peut lire, dans La lettre du CSA parue en mai 1997 : "Mise en place sur les chaînes hertziennes en clair depuis le 18 novembre 1996, la signalétique anti-violence a suscité à ses débuts plusieurs objections.

Certains l'ont d'emblée considérée comme insuffisante et vouée à l'inefficacité. D'autres ont craint qu'elle ne conduise les responsables de chaînes à une forme d'autocensure consistant à écarter de la programmation, et donc de la production, les émissions susceptibles d'être qualifiées comme violentes.

L'étude que vient de réaliser le CSA sur l'audience des émissions accompagnées d'un rond vert ou d'un triangle orange entre le 18/11/1996 et le 07/02/1997 apporte le premier démenti chiffré à ces objections.

Cette étude démontre en effet que la signalétique se révèle efficace sur le public qu'elle vise en priorité, à savoir celui des enfants de 4 à 10 ans et des adolescents de 11 à 14 ans.

En outre, il s'avère qu'elle n'affecte pas l'audience globale des émissions et notamment celle de la cible prioritaire des annonceurs constituée par les ménagères de moins de 50 ans. Elle n'apparaît donc pas de nature à bouleverser les politiques de programmation et de production des diffuseurs".

En Belgique, le 19 novembre dernier, au cours de la Journée Violence et Télévision, les représentants des chaînes de la Communauté Française (RTBF, RTL TVi, Canal+ Belgique) ont affirmé, de concert, qu'ils souhaitaient tirer les enseignements de l'expérience française avant de poursuivre leur réflexion sur l'éventualité d'adopter également une signalétique anti-violence.

Bien sûr, chez nous, ce sont les diffuseurs qui décident et non le CSA ! Que les chaînes tiennent donc parole et qu'elles ne tardent donc plus trop à s'exprimer publiquement sur cette thématique.



SÉVÈRE AVERTIS

Le Conseil de la Jeunesse d'Expression Française de Belgique (CJEF), ce n'est pas rien !

Cet organisme officiel regroupe toutes les associations de jeunesse, au sens le plus large du terme : les scouts, le patro, les guides, mais aussi les mouvements de jeunesse des partis politiques, les associations de jeunes scientifiques, culturelles ou écologiques, les mouvements estudiantins, etc. Bref, c'est l'avenir en marche de notre Communauté.

Il était donc primordial que le CJEF s'exprime sur l'avenir de la télévision et de notre paysage audiovisuel.

Le CJEF a pour mission "de promouvoir toutes les activités susceptibles d'assurer la participation des jeunes aux décisions et mesures qui les concernent". L'une de ses fonctions essentielles est de remettre des avis officiellement approuvés par ses instances, lorsque, par exemple, des projets de loi se préparent. Pour le présent avis, la commission "médias" du CJEF a planché durant plusieurs réunions. L'A.T.A., comme plusieurs autres interlocuteurs du monde audiovisuel, a été invitée, en tant qu'expert, à présenter son analyse de l'avant-projet du nouveau CSA. Ensuite, cette commission "média" a rédigé son projet d'avis qui a été soumis et accepté par les instances du CJEF. L'A.T.A., de même que tous les parlementaires, vient de recevoir cet avis. Il nous semble exemplaire. Nous espérons que les parlementaires en tiendront compte autrement que simplement en prévoyant un siège du futur CSA pour un représentant du CJEF car ce texte développe toute une réflexion sur ce que devrait être le nouveau CSA. Les besoins et la volonté de la jeune génération s'y expriment avec une étonnante maturité. Longtemps, vu sa longueur, nous avons hésité à le proposer in extenso à nos lecteurs. Plusieurs raisons nous y ont finalement poussé.

- 1 : De simples extraits de ce texte ne permettraient pas à nos lecteurs de découvrir l'ensemble du cheminement de la réflexion du CJEF;

- 2 : La presse écrite et audiovisuelle, jusqu'à présent, n'a pas consacré beaucoup d'écho à ce travail;

- 3 : L'A.T.A. souhaite que les téléspectateurs et les électeurs sachent que les parlementaires qui vont amender le projet du CSA ont été interpellés par le présent avis du CJEF;

- 4 : Nos lecteurs vont ainsi découvrir, par le biais de cet exemple, à quoi sert le CJEF et quelle est la teneur de son travail.

Le CJEF tient à réagir à l'avant-projet de décret modifiant la composition et l'organisation du CSA.

Le CJEF estime que ce décret ne donne pas les garanties suffisantes et nécessaires afin que ce CSA joue les rôles qui devraient être les siens, à savoir :

- un rôle de réflexion et de vigilance vis-à-vis du paysage audiovisuel en Belgique,
- un observatoire indépendant des médias audiovisuels,
- un organe démocratique, tant au niveau des représentants qui le composent, qu'au niveau de son accessibilité par tout citoyen ou association, via des interpellations et la visibilité des actions entreprises,
- un organe privilégiant de manière constructive une conception préventive de l'utilisation des médias.

Les réflexions et suggestions de cet avis relèvent principalement du média télévision.

QUELLE CONCERTATION AVEC LA SOCIÉTÉ CIVILE ?

QUELLE PLACE LAISSÉE AUX CITOYENS ?

De manière générale, le CJEF note que, pour l'élaboration de cet avant-projet, aucun représentant de la société civile, aucune association œuvrant dans les champs de l'éducation aux médias, de l'éducation permanente, de la défense des téléspectateurs et auditeurs n'ont été consultés.

Alors que chacun s'accorde à reconnaître la nécessaire participation des citoyens dans la société, le CJEF déplore qu'une nouvelle fois les pouvoirs publics n'aient jugé utile de consulter le citoyen dans un domaine —les médias audiovisuels— qui est pourtant son quotidien et dont il est la cible. De plus, le CJEF s'étonne que cette nouvelle organisation du CSA n'ait pas donné lieu, à sa connaissance, à aucun débat public ou médiatique, alors qu'elle aurait été une formidable occasion d'impliquer les membres de la société et d'établir un lien entre ceux-ci et les structures mises en place par les pouvoirs publics.

Le CJEF souhaite attirer l'attention sur les points suivants :

1 COMPOSITION DU CSA

Le CJEF condamne la dépendance totale du CSA au Gouvernement : la nomination, par le Gouvernement de la Communauté Française, du Président et des Vice-Présidents —aux pouvoirs omniprésents— et des autres membres, démontre clairement la mise sous contrôle du CSA. Cette constatation a d'ailleurs été également émise par des professeurs de l'Université de Laval à Québec, qui avaient été sollicités pour une lecture critique des avant-projets de décret (LLB 27.02.97).

Le CJEF se demande quelle est la pertinence d'un CSA composé majoritairement de membres qui sont à la fois juges et parties puisqu'ils occupent des fonctions dans l'audiovisuel et que, d'autre part, ils sont directement liés aux pouvoirs publics. Leurs compétences dans un rôle d'observateur apporteraient davantage un éclairage plus efficient.

D'autre part, parmi les membres du CSA qui ont voix délibérative, aucun ne représente les associations d'éducation aux médias ou la société civile (excepté, peut-être dans le Collège d'éthique publicitaire...). De plus, les représentants des associations de consommateurs sont tellement minoritaires par rapport aux professionnels que leur présence relève plus du symbole, voire de l'alibi.

De plus, alors que le CSA a reçu expressément du législateur la mission de "veiller à la protection de l'enfance et de l'adolescence", la composition de celui-ci ne laisse que trop peu de place aux représentants de ce secteur.

Aussi, le CJEF estime qu'il serait pertinent, dans une optique de représentation optimale des différentes composantes de la société, que ce Conseil —via son Collège d'avis— s'ouvre de manière démocratique à des représentants des secteurs suivants :

- Associatif jeune : CJEF, organisations de jeunesse...
- Secteur de l'Aide à la jeunesse,
- Education permanente : Ligue des familles, Associations de parents...
- Education aux médias : Conseil de l'éducation aux médias, Centres de ressources...
- Secteur de l'enseignement,
- Association des téléspectateurs et auditeurs,
- Etc.

Le CJEF estime que cette ouverture permettrait au CSA de jouer effectivement son rôle et privilégierait de manière constructive une conception préventive de l'utilisation des médias. Ce CSA deviendrait dès lors un lien entre les usagers de l'audiovisuel et un organe auquel le citoyen devrait pouvoir s'adresser directement.

2

FONCTIONNEMENT DU CSA

LES MISSIONS ET SUIVIS DES DÉCISIONS

Le CJEF constate que la plupart des missions dévolues au CSA se résument à la préparation d'avis pour le Gouvernement, ce qui renforce encore la dépendance de ce Conseil vis-à-vis des pouvoirs publics. D'autre part, il met en exergue le fait qu'il existe plus d'une ambiguïté en termes de suivis des décisions et avis pris par le CSA. Celles-ci se marquent quand, en cas d'absence d'avis du Collège, la décision devient d'emblée un avis favorable, mais aussi quand, en cas de rejet d'un avis proposé ou d'une sanction demandée par le CSA, le Gouvernement n'est pas tenu de

SEMENT!

justifier ce rejet.

Pour dépasser ce rôle limité à des avis, le CJEF estime que le CSA devrait pouvoir jouer pleinement un rôle de réflexion et de vigilance à travers des missions telles que :

- contrôler l'application d'un code de déontologie qu'il aurait rédigé lui-même (et non rédigé par les télévisions, comme c'est le cas actuellement),

- réfléchir à et définir les droits, les obligations et les devoirs de la télévision par rapport aux téléspectateurs et, notamment, par rapport aux enfants et aux jeunes,

- interroger les chaînes sur la manière dont elles remplissent différentes missions : divertissement, information, formation, éducation, - donner un avis sur la qualité de la programmation, notamment sur les émissions de divertissement ou de variété, et sur l'opportunité ou non de supprimer des émissions.

Dans cette même optique, le CJEF estime primordial que le CSA joue un rôle de relais et puisse être saisi directement par un individu (citoyen) ou une association sur un problème, une plainte ou une question particulière.

LES MOYENS

Le CJEF s'interroge aussi sur les moyens mis à la disposition des membres du CSA pour leur permettre de réellement effectuer leur rôle d'observateurs avisés : aucune structure ne leur donne, par exemple, la possibilité matérielle de découvrir des infractions au code de déontologie... Il serait judicieux d'instaurer un comité d'experts salariés qui aurait en charge l'observation quotidienne des programmes, comme le prévoit le CSA français.

L'AFFECTATION DES AMENDES

Si le CJEF reconnaît la nécessité d'infliger des sanctions quand des règles ne sont pas respectées, il estime qu'il serait plus cohérent que le montant des amendes ainsi levées soit réparti entre les associations actives dans la défense d'une conception de médias audiovisuels répondant clairement aux rôles d'éducation permanente.

Le montant des amendes qui frappent l'industrie du tabac en cas d'infractions aux règles sur la publicité, par exemple, est réparti en faveur des associations qui luttent contre ce fléau. Pourquoi, dans le domaine de l'audiovisuel, ne pour-

rait-il pas en être de même ?

D'autre part, ne conviendrait-il pas de donner une publicité aux sanctions en faisant connaître en quoi la déontologie est transgressée ? Cela permettrait une visibilité des vigilances entreprises par le CSA et cela constituerait une sorte de droit de réponse qui, à notre connaissance, n'est pas appliqué.

UNE POLITIQUE EN MATIÈRE DE CRÉATION AUDIOVISUELLE

UNE CRÉATION AUDIOVISUELLE À PORTÉE DE MAIN

Si, comme le prévoit le décret, les amendes levées étaient transmises à la création audiovisuelle (qui ? comment ? pourquoi ?) en manque de moyens, la Communauté française ferait alors clairement l'aveu d'impuissance à mener une véritable politique en la matière. En effet, ce versement des amendes apparaît comme une compensation à ce manque de politique, comme un financement d'une politique sur base d'amendes.

Alors qu'on constate que le secteur de la création culturelle manque cruellement de moyens, il serait temps que l'on prenne en compte l'immense richesse des créations culturelles des jeunes via les associations qui travaillent dans ce domaine. Ce serait d'ailleurs un moyen de valoriser tant l'expression des jeunes et leur participation citoyenne, que le travail mené sur le terrain par de nombreuses organisations de jeunesse ou d'éducation permanente.

En conclusion, le CJEF déplore que ce nouveau projet de décret ne renforce pas un CSA éminemment démocratique, véritable organe au service des téléspectateurs et auditeurs, et qui, par les moyens dont il disposerait – son fonctionnement et son indépendance – défende des objectifs liés à ces formidables outils audiovisuels, et protège des dérives de ce quatrième pouvoir.

Pour plus d'information :

cjef

44 Bd Léopold II
1080 Bruxelles.
Tél. : 02/ 413 29 30
FAX : 02/ 413 29 31.



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

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

Les illustrations sont réalisées par Esd.

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-Vous ?" 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-Vous ?" ... 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.

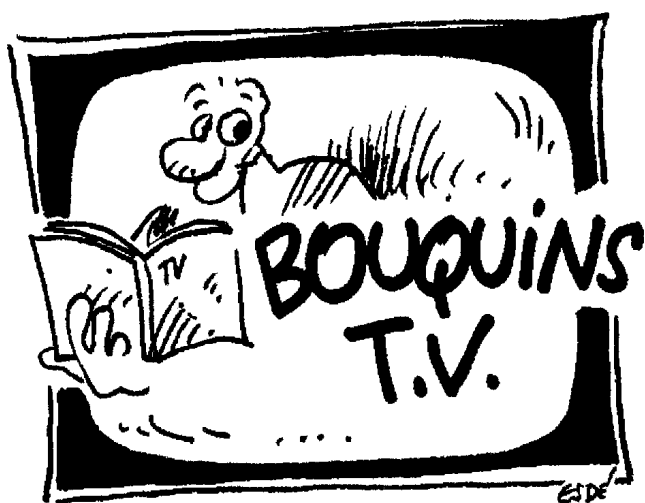
A.T.A. ASBL
Rue Américaine, 106
1050 Bruxelles
Tél. (du lundi au vendredi de 10H à 13H) : 02/ 539 19 79
FAX : 02/ 539 19 79

Dès le 10 juin 1997,
découvrez le site internet de l'A.T.A.

internet

<http://club.ib.be/veronique.hariga/ata.htm>

@.t.@



“SUR LA TÉLÉVISION”
par Pierre Bourdieu
Liber Editions

&

**“LA TÉLÉVISION:
UN DANGER POUR LA DÉMOCRATIE”**
par Karl Popper
Anatolia Editions

Ces derniers temps, deux livres – l’un très médiatisé et l’autre pas – ont retenu notre attention. Tous deux dénoncent le “danger” que peut représenter la télévision. Les critiques ne sont pas nouvelles pour un public averti, mais il est bon de les rappeler. De plus, l’un des auteurs propose une idée originale : la création d’une commission qui délivrerait des licences à toute personne qui participe à la production d’émissions de télévision.

Suite à une émission télévisée où “il n’avait pas pu s’exprimer dans de bonnes conditions” (1), le sociologue Pierre Bourdieu a écrit et édité un livre intitulé “Sur la télévision suivi de L’emprise du journalisme” (2).

Dans l’avant-propos de cette analyse de la télévision et de sa domination du monde du journalisme, Bourdieu annonce la couleur : “la télévision fait courir un danger très grand aux différentes sphères de la production culturelle, art, littérature, science, philosophie, droit, à la vie politique et à la démocratie”. La concurrence sans limites pour l’audimat que se livrent les chaînes ont empêché ce média de devenir un extraordinaire instrument de démocratie directe.

VIOLENCE SYMBOLIQUE

C’est “le champ journalistique” (3), le travail des journalistes, ou plutôt leur domination, leur monopole, leur violence et leur “soumission aux exigences” commerciales, qui sont principalement dénoncés.

Ces derniers ayant le pouvoir sur les moyens de s’exprimer publiquement, imposent à l’ensemble de la société leurs principes de vision du monde et exercent leur censure.

Toujours à la recherche du scoop, leur sélection s’opère en fonction du caractère sensationnel, spectaculaire que revêt l’information. Les faits divers et les sports occupent une place prédominante dans les JT. Un bon exemple est le sauvetage, organisé par Reagan et Gorbatchev, de

deux baleines prises par les glaces en 1988 (4).

Comme les journalistes se lisent, se copient, se rencontrent, se contrôlent, se concurrencent – mécanisme de circulation circulaire de l’information –, cela entraîne une certaine uniformisation, banalisation. C’est le règne du même.

De plus, toute information non programmée sans la signature d’une célébrité – qui fait vendre – n’a aucune chance de rentrer dans le cercle vicieux de l’information (par ex. : le combat mené par le chanteur Sting pour sauver l’Amazonie).

Les journalistes, présentateurs et autres, qui ne sont pas “toujours très cultivés”, sont devenus les porte-parole d’une morale typiquement petite bourgeoise qui disent ce qu’il faut penser.

Tous les champs de production culturelle sont soumis à la contrainte structurale du champ journalistique lui-même dominé par la logique commerciale.

Selon l’écrivain, un des effets de cette logique, de cette concurrence est que la télévision exerce une forme de violence symbolique sur tous les acteurs. C’est-à-dire que, même inconsciemment, les téléspectateurs qui la subissent et les professionnels de l’image qui l’exercent sont complices de cette réalité.

DÉPENDANCE

Malheureusement, la dépendance, la collaboration à l’emprise des médias de certains écrivains, artistes, savants... menace aussi les champs scientifiques, politiques, littéraires. Ces non-écrivains, ces non-philosophes, ces “fast-thinkers”, ces ratés très bien vus par les journalistes, acquièrent un poids plus important que dans leur univers spécifique puisque la consécration par les médias leur donne une forme de reconnaissance.

La télévision est devenue un lieu d’exhibition narcissique. Que ne ferait-on pas pour être vu à la télé.

Bien sûr, on ne peut ignorer ce média et il faut parler à la télévision, mais sous certaines conditions. Une collaboration, une action concertée entre les artistes, les savants, les journalistes, doit s’établir pour travailler efficacement à la divulgation

des acquis les plus universels de la recherche.

MONOPOLE

Face à ces constats, on comprend que la télévision peut faire voir et faire croire à ce qu’elle fait voir (l’effet de réel), d’où un monopole de fait sur la formation des cerveaux d’une partie très importante de la population s’est installé. Comme exemples connus on peut citer le rôle de la télévision en ex-Yougoslavie, ou encore aux Etats-Unis et en Europe lors de la guerre en Irak.

C’est le rôle de l’éducation aux médias, prônée par beaucoup, que de montrer ce qu’est la télévision (un même fait peut être filmé et commenté de différentes façons et ne refléter qu’une partie de la réalité). Ce qui permet de prendre une distance critique par rapport à ce qui est vu.

Il faut donc lutter contre la télévision régie par l’audimat (sanction du marché) au nom de la démocratie.

RÉACTIONS

Apparemment Pierre Bourdieu a frappé au bon endroit. Il a écrit que les journalistes n’aiment pas la critique et qu’on ne peut pas espérer être populaire auprès des gens de TV lorsqu’on essaie de dire la vérité sur la télévision. On ne peut que lui donner raison.

Les acteurs de l’audiovisuel (directeurs de productions, présentateurs...), les journalistes de la presse écrite..., tous parlent, critiquent ce qu’ils nomment, entre autres, l’opuscule, le pamphlet, la charge, le brûlot, le petit livre rouge (format 17x11 et couverture rouge), l’Epître de St Paul aux journalistes...

Les critiques négatives fusent, la violence n’est plus symbolique, mais réelle. On lui reproche, par exemples :

- “d’occulter les progrès accomplis” au niveau journalistique (Le Vif/L’Express);
- de ne pas “aborder le point de vue des gens qui vivent de tout cela” (Libération);
- que les reproches aux journalistes n’est pas un exercice nouveau (Le Monde);
- de considérer le public moins intelligent qu’il ne l’est (D. Wolton du CNRS et J.-L. Delarue de France 2);
- que ça ne va rien changer (Le Soir);
- d’être un “mandarin orgueilleux” (Le Vif/L’Express);
- qu’“on peut être sociologue connu et raconter des conneries toute sa vie” (Patrick Le Lay, Président de TF1)...

EDUQUER LES PRODUCTEURS ET LES TÉLÉSPECTATEURS

Au contraire de Bourdieu, les idées du philosophe autrichien Karl Popper n’ont pas fait l’objet de tant de critiques. Apparemment, il a été censuré.

Un texte posthume de celui-ci et un article d’un psychologue américain sont parus dans “La Télévision : un danger pour la démocratie” (5).

VOL ET MENSONGE

L’article du psychologue John Condry analyse le vol, par la télévision, aux enfants, d’un temps dont ils ont besoin pour apprendre à connaître le monde où ils vivent. En France, les filles et les garçons regardent la télévision environ 109 minutes par jour contre 258 minutes pour les femmes de plus de 50 ans (6).

REVOILÀ "COMPLÈTEMENT TÉLÉ"

La télévision ment, elle n'a qu'un seul objectif : celui de faire vendre (le téléspectateur et le produit). Son but principal est de réussir à capter l'attention du public pour pouvoir passer un message publicitaire (que l'on pense au JT de la RTBF annoncé à 12h45 entrecoupé de publicités) et non pas d'éduquer, ni de donner aux enfants des informations sur le monde réel.

Elle ne sert que la consommation et influe profondément sur les attitudes, les croyances et les actions des enfants puisqu'ils ont beaucoup de mal à faire la différence entre la réalité et la fiction (rôles stéréotypés des hommes et des femmes, dessins animés violents).

Elle n'est donc pas une source d'information sur le monde. C'est le rôle de l'école et des parents d'apprendre aux enfants à utiliser la télévision.

LICENCIÉ EN ÉDUCATION

Alors que la télévision pourrait être un remarquable outil d'éducation, Karl Popper fait plutôt état de dégradation de la télévision, d'abaissement du niveau, de l'augmentation des émissions à sensation et de l'acquisition par le petit écran d'un pouvoir trop étendu au sein de la démocratie.

Pour lui, la télévision produit de la violence et introduit celle-ci dans des foyers qui autrement ne la connaîtraient pas, elle fait subir des perturbations catastrophiques au cours normal de la vie sociale (violence, perte des sentiments normaux...).

Il dénonce aussi les statistiques de l'audimat : on ne peut pas savoir ce que les gens veulent, simplement, en s'appuyant sur elles puisque le choix des téléspectateurs n'est possible que dans le cadre de ce qui est offert. On ne demande pas réellement au public de proposer autre chose.

Selon Popper, tous ceux qui font de la télévision doivent prendre conscience qu'ils ont un rôle d'éducateur. Beaucoup ignorent tout des effets que leurs productions exercent sur le subconscient des enfants, comme sur celui des adultes. Il propose : que quiconque participe à la production d'émission télévisée soit titulaire d'une patente, licence ou brevet, qui pourrait lui être retiré définitivement si jamais il agissait en contradiction avec certains principes (un peu à l'instar de l'ordre des médecins). Cette licence ne serait délivrée qu'à la suite d'une formation, suivie d'un examen, dont le but serait que les professionnels de la télévision prennent conscience de leur rôle et de leur instrument.

Patrick SÉNÉLART

Quand on prône l'éducation aux médias, il faut la soutenir par tous les moyens. Et donc, "Comment Télé-Vous ?" change ses habitudes. Notre mensuel n'annonce pas les programmes téléés. Cette fois-ci, nous prenons quand même l'initiative de verser dans la promo. On vous annonce carrément 14 émissions qui vont être programmées durant cette saison d'été à la RTBF..

Il s'agit des "modules" de "Complètement télé !" réorchestrés dans des versions longues.

Ces derniers mois, ces mini-séquences de reportages qui analysent le fonctionnement de la télé-

vision et qui furent tournés par les différentes télévisions des pays francophones furent déjà diffusées à la RTBF dans une version beaucoup plus courte qui était présentée notamment par Sam Touzani. Ce dernier nous avait fort déçu car ses propos de liaison entre les séquences nous semblaient... complètement démagogiques et culpabilisateurs pour les jeunes téléspectateurs (voir N° 31, mars 1997).

Pour l'été, l'émission a été reformatée. Les mêmes reportages sont rediffusés mais, cette fois-ci, servent d'amorce à un débat animé en studio par Michel Guilbert, le présentateur de "Génies en herbe", un animateur fort pertinent.

On peut donc espérer que "Complètement télé !" nous apprendra davantage de vérités sur les coulisses du petit écran.

Les dates de diffusions présentées ci-dessous, sont celles de la première diffusion sur la Une vers 22H30. Sachez qu'une rediffusion est également prévue, toujours sur la Une, le mardi suivant vers 14H.

- 6.06 Justice : La télé justicière ?** Avec Gérard Lovérius (directeur de la télévision/RTBF) pour parler des diffusions en direct des différentes commissions d'enquête, de la nouvelle émission « Appel à témoins », ainsi que Benoît Grévisse de l'ORM (Observatoire du récit médiatique)
- 13.06 Reality Show : L'émotion au pouvoir.** Avec Dominique Mehl (auteur de « La télévision de l'intimité »), une des rares personnes à défendre une opinion nuancée et positive sur la télé-vérité.
- 20.06 L'info n°1 : Le grand spectacle de l'info.** Avec Pierre Delrock (ancien directeur de l'info/RTBF)
- 27.06 Télé d'intervention : Les dessous de 'Cartes sur table'.** Avec Jean-Paul Procureur et Manu Delporte (RTBF)
- 4.07 Télé et immigration : Les nouveaux Belges.** Avec Mustapha Ouezekhti (président du Football Club Atlas), Souhail Chichah (étudiant à l'ULB).
- 11.07 Télé et minorités : Les Belges de langue allemande.** Avec M. Lambertz (ministre de la communauté germanophone) et Alexander Homann (journaliste à la BRF).
- 18.07 Télé de proximité : Télé locales ou Télé Bocal ?** Avec Suzy Collard (directrice de Vidéotrame à Namur, la fédération des télévisions locales francophones).
- 25.07 Les téléspectateurs : La revanche du téléspectateur.** Avec Gabriel Thoveron (sociologue à l'ULB) et Philippe Genion, le Belge qui a participé (énergiquement) à tous les jeux télévisés...
- 1.08 Télé éducative : l'écran du savoir.** Avec Patrick Verniers (Média Animation)
- 8.08 Télé et cinéma : Ciné & télé, le couple infernal.** Avec Georges Jetter et Ives Swennen (RTBF)
- 15.08 L'info n°2 : Les chaînes d'info continue.** Avec Frédéric Antoine (ORM)
- 22.08 Télé publique et télé privée.** Avec Robert Wangermée (président du CSA)
- 29.08 Les chaînes thématiques : S'abonner ou pas ?** Avec Jean-Claude Parys (Canal+)
- 5.09 La télé du futur : Et demain ?** Avec Jean-Louis Erneux (Nethold)

(1) Télérama, N°2456, 5 février 1997, p.54 et Le Monde, 12 février 1997, p.15.

(2) Pierre Bourdieu, Sur la télévision suivi de L'emprise du journalisme, Liber éditions, Paris, 1996.

(3) idem p.46 : Un champ est un espace social structuré, un champ de forces qui est aussi un champ de lutte pour transformer ou conserver ce champ de forces.

(4) Cécile Rolin, Les quatre clés de la médiatisation, dans Libertés, N°330, janvier 1997, p.3.

(5) Karl Popper, John Condry, La télévision : un danger pour la démocratie, Anatolia Editions, 1994.

(6) Grand angle dans Le Nouvel Observateur, 3-9 avril 1997, p.100.

arte

Le 21/02/97, l'A.T.A. a posé la question suivante au Directeur Général d'Arte :

"Brut" est programmée le vendredi de 20H à 20H30. Une partie du public qui s'intéresse à cette émission est composé de téléspectateurs assis des journaux télévisés. Certains d'entre-eux souhaitent même comparer les éditions du 20H de TF1 et France 2 et donc, utilisent à cet effet leur magnétoscope. Le vendredi soir,

ils sont donc dans l'impossibilité de capter "Brut". Il ne s'agit pas ici de vous demander de déplacer la programmation de "Brut" mais bien de vous proposer d'organiser une rediffusion régulière de cette émission. Qu'en pensez-vous ?

La réponse a mis du temps à nous parvenir. Signalons cependant que nous n'avons envoyé aucun rappel. Donc, le courrier qui parvient à Arte n'est pas classé sans suite, et

lorsqu'on est patient... On peut, par exemple, lire ceci... "Nous avons étudié, nous répond, le 17/04/97, Christian Cools, l'Assistant du Directeur des Programmes, les possibilités de rediffuser l'émission "Brut". Il est finalement apparu que nous ne pouvions trouver un horaire fixe de rediffusion, et, problème plus important, nous ne disposons pas des droits de multidiffusion de cette émission".

HENRY INGBERG NOUS ÉCRIT

"Henry Ingberg se tait" : c'était sous ce titre que nous avons, dans le dernier numéro de notre mensuel, publié la lettre que nous avons envoyée au Secrétaire Général du Ministère de la Culture et des Affaires sociales de la Communauté Française.

Celui-ci a répondu, le 12 mai dernier, à notre lettre envoyée en recommandé dès le 26 mars, avec rappels les 24 avril et 5 mai.

MANQUE DE MOYENS ?

La première question concernait le fait que, dans l'affaire Bon Week-End, la Commission d'éthique de la publicité avait mis plus de deux mois à répondre à notre courrier. Le Président de cette Commission nous expliquait ce retard par le fait que "les disponibilités du secrétariat ont été fortement réduites".

Nous demandions à Mr Henry Ingberg "si cette situation est exceptionnelle ou si, faute de personnel, pareille situation risquait de se renouveler ?"

Voici sa réponse : "Vous m'interrogez sur le secrétariat de la Commission d'éthique de la publicité : effectivement, le responsable en assume provisoirement un mi-temps et son remplacement interviendra sous peu".

Cette réponse ne nous permet pas de savoir si la situation risque ou non de se renouveler. Le remplacement se limite-t-il à un mi-temps ?

12H45 : PLUS JAMAIS... QUAND ?

Notre deuxième question concernait le JT qui démarre à 12H50 et que certains, à la RTBF, dont le Directeur de la télévision, continuent à appeler le 12H45 (heure où commence la diffusion des titres, de la météo sponsorisée et de la publicité). Suite à une plainte de l'A.T.A., la

RTBF a été invitée par la Ministre de l'Audiovisuel à lever toute ambiguïté. Sur ce thème, nous interrogeons Mr Henry Ingberg, en tant que Commissaire du Gouvernement participant régulièrement au Conseil d'Administration de la RTBF : "Pouvez-vous nous indiquer quand et comment la RTBF va-t-elle lever toute ambiguïté concernant son JT de la mi-journée ?".

Mr Henry Ingberg nous répond : "Quant aux informations relatives au JT de la mi-journée de la RTBF, outre le principe général que j'ai rappelé par écrit à la RTBF, j'interpelle la RTBF chaque fois que la référence à 12H45 heures est faite erronément. Les corrections sont ensuite apportées".

NOUVELLE LETTRE

Le 15 mai dernier, nous avons envoyé un nouveau courrier à Henry Ingberg, à propos du JT de la mi-journée de la RTBF : "...Nous espérons que vous ne devrez plus interpellé trop souvent la RTBF concernant le JT de la mi-journée... Il nous semble étonnant que les erreurs soient si nombreuses.

Bien que ce ne soit pas notre rôle, nous avons l'impression que si nous n'avons pas "surveillé" régulièrement la RTBF, la recommandation ne serait toujours pas appliquée. Étonnant de la part d'un Service Public, le fait de prendre tant de libertés avec ce type d'obligation...

Nous allons donc continuer à vous informer des références erronées que nous découvrirons.

Ainsi, le 14/5/97, dans les JT de 19H30 et de fin de soirée (avec rediffusion en boucle durant la nuit), une séquence concernant les nouveaux bureaux des Procureurs Généraux était présentée, à l'écran, avec la mention "Extrait du JT de 12H45".

Dans ce cas-là, écrire "Extrait du JT de la mi-journée" prendrait sans doute trop de place... Tout comme lorsque le CIM cite dans son palmarès

d'audience, de façon erronée, le "12H45". Voilà pourquoi nous continuons, contre vent et marée, à suggérer à la RTBF, peut-être par votre intermédiaire, qu'un bon titre pour un JT doit être court et que souvent le JT porte le nom de l'heure où il démarre. Probablement qu'un jour, le "12H50" s'imposera..."

AVERTISSEMENT...

Dans cette nouvelle lettre adressée, le 15 mai, à Mr Henry Ingberg, nous l'interrogeons sur un nouveau problème : "...Si le projet du nouveau C.S.A. est adopté avant les vacances parlementaires, nous craignons que la Commission d'Éthique de la Publicité (C.E.P.) ne respecte pas l'engagement qu'elle a pris dans sa recommandation 1/96.

A savoir, "La Commission décide par ailleurs de revenir ultérieurement, dans un avis, sur l'évolution perceptible qui mène à la fragmentation progressive des JT avec pour corollaire possible l'introduction de la publicité dans l'information".

Le 28/1/97, nous interrogeons Mr Hollander, le Président de la C.E.P., sur l'agenda de la Commission concernant cet avis en préparation.

Dans sa réponse du 3/4/97, deux éléments nous inquiètent :

- 1° : il ne nous donne aucune information concernant cet agenda;

- 2° : il ne cite plus le texte précis de la recommandation mais nous parle de façon beaucoup plus vague d'un "avis sur les pratiques en matière d'insertion de mentions publicitaires dans les programmes".

Qu'advient-il de tout ceci lorsque le nouveau CSA sera mis en place ? Pouvez-vous nous garantir que cette décision actée par la recommandation 1/96 sera réalisée, quoi qu'il arrive à la C.E.P. ?

Le collège dans le nouveau C.S.A. qui succédera à l'actuelle C.E.P. concrétisera-t-il les décisions de la C.E.P. en projet ou en cours de réalisation ?.

(à suivre)

Le sponsoring canalisé !

Dans le précédent numéro de Comment Téléz-Vous ?, nous écrivions : "...Le nouveau statut de la RTBF plafonne la présence de la publicité... mais les parlementaires n'ont pas jugé utile de réglementer de la même manière le sponsoring... Et donc on peut s'attendre à voir le petit écran de notre Service Public envahi par le sponsoring".

Le cataclysme n'aura pas lieu. Lorsque nous avons posé une question sur cette thématique, aux deux conférences de presse données par les parlementaires, d'une part, de la majorité, et d'autre part, du PRL-FDF, leurs réponses embarrassées et approximatives contribuèrent à une erreur de notre part.

Merci aux parlementaires ECOLO de nous avoir remis sur le juste chemin... Bravo à eux également, car l'amendement adopté qui plafonne

les rentrées publicitaires a été imposé grâce à leur détermination. L'article 27 précise que parmi les recettes de la RTBF, il y a : "2° : les recettes de publicité non commerciale, de parrainage, de publicité commerciale et d'autres opérations publicitaires et commerciales, dans le respect des dispositions prévues au contrat de gestion". Cet article précise ensuite : "Le total des recettes visé au 2° ne peut dépasser un plafond de 25% maximum des recettes".