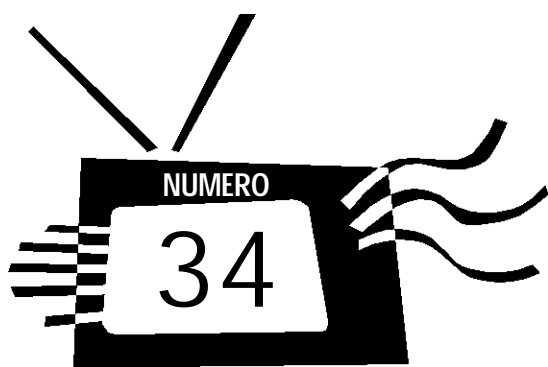


COMMENT TÉLEZ-VOUS ?

Editeur responsable : Benoit Goossens



JUILLET-AOÛT 97

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.

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

ET MOI, ET MOI, ET MOI...



Et voici une pratique de plus, condamnée par le CSA en France, et considérée comme normale à la RTBF!

Que penser de la dizaine de cassettes et de livres de Stéphane Steeman "Madame Gertrude", coanimateur de l'émission, présentée dans un récent numéro de Bon Week-End... Comment se positionner par rapport aux livres, aux boîtes de chocolat et aux gadgets de Philippe Gelluck et de son Chat, de la pièce de théâtre ou des chansons de Marc Moulin, des écrits poétiques et des croisières de Jacques Mercier, tous co-animateurs de diverses émissions értébéennes... Est-ce normal, puisque cela s'y pratique depuis la nuit des temps?

**PATRICK SÉBASTIEN
CONDAMNÉ**

Hervé Bourges, Président du CSA français, a envoyé à l'A.T.A., la lettre suivante, le 23 mai dernier: "...Par lettre du 29 avril 1997, vous avez appelé l'attention du Conseil Supérieur de l'audiovisuel sur l'émission "Étonnant et drôle" du mois d'avril dernier, au cours de laquelle Patrick Sébastien avait fait la promotion de son livre "Isatis".

Cette pratique, qui est en effet contraire aux dispositions du décret n°2-280 du 27 mars 1992, n'avait

pas échappé à l'attention du Conseil qui est intervenu auprès de France 2.

La Directrice générale de la chaîne avait elle-même rappelé à l'animateur l'obligation qu'il a de respecter à la fois la réglementation en vigueur et les termes du contrat qui le lie à France 2.

Le Conseil est, vous le savez, très soucieux d'obtenir que les diffuseurs, et en particulier ceux du secteur public, respectent parfaitement la réglementation et ne manque pas d'entretenir avec eux un dialogue constant, pour éviter le renouvellement des irrégularités".

**PASSER PAR PARIS
POUR ÊTRE RECONNU ICI**

Ainsi, donc, le laxisme belge est une nouvelle fois démontré.

Et surtout preuve est faite que cela se passe tout autrement dans un pays voisin.

Donc, une attitude plus noble devrait être applicable. D'autant plus, que sur ce sujet, l'éternelle excuse du "mais on n'a pas assez d'argent" ou "cela va coûter cher à mettre en place" ne tient pas.

Ici, il s'agit tout simplement, une fois pour toute, pour le Conseil d'Administration de la RTBF et son nouvel Administrateur Général d'indiquer à leur personnel une règle de conduite qui participerait à la revalorisation de l'image du Service Public.

Des économies en vue?

Certainement. Pareille attitude qui ne coûterait pas un franc, en terme de relations publiques, vaudrait bien une campagne de presse comme la RTBF en organise régulièrement en quadrichromie dans la presse écrite...

Espérons que l'A.T.A. ne devra pas, comme pour "Bon Week-End", utiliser une rediffusion sur TV5 et mener pression auprès du CSA français pour faire bouger indirectement la situation chez nous...

On aimerait entendre les autorités de la RTBF, sur pareille thématique. Nos colonnes leur sont ouvertes.

Benoit GOOSSENS

**ATA
d'OR
1997**

**TOUS LES
RÉSULTATS
SUPPLÉMENT SPÉCIAL
EN PAGES CENTRALES**

Fin du 12H45 (suite)

Monsieur Henry Ingberg nous répond, ce 9/6/97: "Concernant la référence au "JT de 12H45" que vous avez relevée dans le JT de 19H30 du 14 mai dernier, je tiens à vous faire savoir que je suis, à nouveau, intervenu, ce jour, auprès de Monsieur Gérard Lovérius, afin de lever toute nouvelle ambiguïté dans les références faites au JT de la mi-journée de la RTBF. J'ose espérer qu'une solution satisfaisante interviendra en ce sens, ce dont je vous informerai avec plaisir".

Telle est la réponse du Commissaire du Gouvernement au Conseil d'Administration de la RTBF auquel l'A.T.A. avait écrit, dans les termes suivants, le 15 mai dernier:

"...Nous espérons que vous ne devrez plus interpellier 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'avions pas "surveillé" régulièrement la RTBF, la recommandation ne serait toujours pas appliquée. Etonnant 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..."



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 Sénécart.

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

Rectificatif efficace

La presse écrite peut faciliter la régulation télévisuelle. A propos de l'opération antipédophile "Ado 71" en France, le quotidien Libération a dénoncé le fait qu'un reportage de France 2 a présenté "Race d'Ep", une cassette vidéo tout-à-fait honnête qui explique l'histoire de l'homosexualité, comme une cassette pédophile.

Le 24/6/97, dans le JT de France 2, vers minuit et demi, Philippe Lefait a présenté les excuses de sa chaîne et a remis les pendules à l'heure pendant plusieurs minutes.

Marques et logos...

Les nouvelles émissions voient le jour si elles trouvent un partenariat financier. Existe-t-il encore un choix éditorial à la RTBF? Une émission sur la danse? Oui, si Machin apporte le financement. Mais si Machin préfère les timbres postes, alors, adieu, l'émission sur la danse et les réalisateurs et la direction de la RTBF vont

découvrir et partager leur probable nouvelle passion pour la philatélie...

Bien entendu, on nous assure que le Partenaire n'influence pas le contenu de l'émission. Dominique Legrand dans Le Soir du 18/6/97 ne partage pas ce point de vue: "Jardins et Loisirs, sponsorisé lui aussi, a vu au fil des numéros s'évanouir les propositions d'alternatives écologiques de Luc Noël au profit de plans rapprochés sur une marque de graines ou le logo des tondeuses..."

Lu dans Télémostique

Ce 24/6/1997, Marc Moulin note dans sa rubrique: "Une expérience citoyenne. Par curiosité, j'ai essayé de trouver l'adresse du Conseil supérieur de l'audiovisuel. Après tout, pourquoi attendre le jour où je me sentirai lésé par une déclaration, une émission? J'ai donc ouvert le bottin, et tout ce que j'ai trouvé à "CSA", c'est le Centre Stavelotain d'Archéologie, et les Czecho-Slovak Airlines".

A.T.A.
sur
internet

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

Le 21 juin dernier, le supplément "La Libre Entreprise" de La Libre Belgique présentait ainsi le nouveau site internet de l'A.T.A.: "L'ATA est une asbl non-subsidiée particulièrement virulente, qui joue les Don Quichotte combattant la télévision violente et commerciale à grand coup de courrier, de lobbying, de publication et de forums de discussions. Ce boulot leur laisse tout de même le temps de s'ouvrir quelques pages sur Internet. On y trouve les grands dossiers défendus par l'asbl, la liste de ceux qu'ils ont gagné (par exemple, l'obligation faites aux chaînes d'indiquer le prix de l'unité téléphonique 0900 en cas de jeux télévisés), les petits problèmes qui se posent sur les télévisions étrangères francophones (Dorothee, Pascal Sevrans entarté, les déprogrammations...), des livres sur les médias, un agenda des futures conférences de dénonciation des problèmes et un petit concours... qui ne débutera que le 1er septembre..."

Bien entendu, ce vaste menu est annoncé sur notre site mais n'est pas encore complètement disponible. Notre confrère de La Libre Belgique a bien raison de le signaler. Nous lui répondons que nous avons ouvert notre site dès qu'il était structuré. Durant cet été, nous allons maintenant progressivement y disposer, par thématiques, la plupart des articles publiés dans les 33 premiers numéros de notre mensuel "Comment Télé-Vous?". Ainsi, dès le 1er septembre et pour très longtemps, la mémoire de l'A.T.A. sera consultable à tout moment aux quatre coins du monde.

Bravo!

DRUITTE L'EFFACEUR

Le 24 juin dernier, Dominique Legrand s'interroge dans le quotidien Le Soir sur le travail de l'A.T.A.: compte-t-il pour du beurre? Prenant l'exemple de notre pression contre la présence de publicités clandestines "qui parsemaient joyeusement le cabaret carolo" de Bon Week-End, elle constate que, dans la dernière émission de cette saison, "...l'apparition des affiches des humoristes à la place des pubs contestées par l'ATA prouve que le débat est lancé à l'intérieur de la RTBF".

Tant mieux! Et ce n'est pas tout. Il ne s'agit pas simplement de cacher pudiquement les publicités clandestines d'une seule émission mais bien dans tous les programmes du Service Public.

En effet, trois témoignages différents parvenus à l'A.T.A. (ceci démontre que nombre de membres du personnel du Service Public s'opposent à la dérive "publicitaire" de la RTBF) et dont nous conserverons la confidentialité bien entendu, convergent: Christian Druitte, le nouvel Administrateur Général de la RTBF, alors qu'il était encore Directeur du Centre de la RTBF de Charleroi, lorsqu'il eût connaissance de notre pression, ne limita pas son initiative à transformer les éléments du décor de Bon Week-End mais fit également remonter une séquence également litigieuse d'une des dernières émissions de la Neuvième Case...

Avant nous, ni la Ministre de l'Audiovisuel, ni le CSA, ni la Commission d'Ethique de la Publicité, ni le Conseil d'Administration de la RTBF, ni les nombreux journalistes des pages TV de la presse écrite, ni le secteur associatif préoccupé par l'éducation aux médias n'avaient pris position sur un sujet aussi chaud, abordé régulièrement dans les pays voisins...

La principale victime de cette sorte d'impunité bienveillante qui règne dans les "affaires" audiovisuelles de la Communauté Française c'est, bien entendu, les téléspectateurs.

Pour le dossier "Bon Week-End", nous vous convions de vous reporter aux précédents numéros de

"Comment Télé-Vous?" (ou de cliquer sur le dossier "On a gagné" de notre nouveau site Internet).

Voici la suite de cette pression. A nouveau, il va vous permettre de découvrir clairement comment la "jungle" de chez nous contraste avec le soutien qu'Hervé Bourges, le Président du CSA Français, réitère une seconde fois à notre combat.

BIÈRES: ENFANTS ADMIS!

La fameuse recommandation, à propos de cette affaire, de la Commission d'Ethique de la Publicité a été adoptée, après plusieurs réunions, le 15 avril dernier.

Pour rappel, l'ATA qui était à l'origine de la plainte en a été déposée "pour des raisons de pure forme", comme l'écrit Gabriel Thoveron dans un article long et remarqué publié par l'hebdomadaire de La Ligue des Familles, Le Ligueur (4/6/1997).

Cette "irrecevabilité" de la plainte a, pour conséquence, que la Commission d'Ethique n'envoie pas copie de sa recommandation à l'ATA.

La Ministre Laurette Onkelinx, quant à elle, a jugé utile de transmettre copie de celle-ci aux Parlementaires de la Communauté Française et pas à l'ATA. Bravo pour la transparence vis-à-vis des citoyens...

Les parlementaires ont auditionné, le 13 mai dernier, un représentant de la Commission d'Ethique qui leur a vendu la mèche... Selon "La Libre Belgique" (16/5/1997), il a confirmé qu'il n'avait "pas été établi qu'il y ait eu publicité clandestine" dans l'affaire Bon Week-End.

C'est effectivement la conclusion de la recommandation. Copie de cette dernière a été envoyée anonymement à l'A.T.A.

L'A.T.A. ne veut pas courir le risque d'un procès qui lui serait intenté pour diffusion illicite du contenu de ce courrier. Il ne sert à rien de mobiliser nos finances et notre énergie sur pareille guignolerie alors que tant d'autres tâches nous attendent.

L'intérêt, c'est, par ce fait, de démontrer, d'une part, la limite du secret professionnel que certains voudraient imposer aux membres du CSA. Comme le signalait Robert Wangermée, l'actuel Président du CSA: «de toute façon, on retrouve les avis le lendemain, dans La Libre Belgique...» (La Libre Belgique, 16/5/97).

Et, d'autre part, de découvrir

que la Commission d'Ethique de la Publicité composée majoritairement de représentants de la RTBF et de publicitaires qui négocient avec la RTBF ont concocté une recommandation à la Ministre qui tente de prouver qu'il n'y aurait pas de publicités clandestines dans Bon Week-End... Pour leurs travaux, ils ont visionné l'édition du 6 décembre 1996. Pour la fête de la St Nicolas...fait aggravant, les verres de bières et le matériel publicitaire y étaient exposés devant un public d'enfants!

NOUVELLE LETTRE D'HERVÉ BOURGES

En France, suite également à notre pression, le CSA avait déjà pris position, le 27 février, contre ces publicités clandestines des émissions Bon Week-End lorsqu'elles étaient diffusées sur TV5 Europe.

Malgré cette première mise en garde, de nouvelles émissions litigieuses y ont été programmées et l'ATA a déposé une seconde plainte.

Voici le second courrier qu'Hervé Bourges, en tant que Président du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel français, a envoyé, ce 28 mai 1997, à Patrick Imhaus, Président de TV5 Europe:

"Interpellé par l'Association des téléspectateurs actifs, le Conseil supérieur de l'audiovisuel a pu constater que l'émission de la RTBF "Bon Week-End" diffusée chaque semaine par TV5 Europe, comportait encore des références publicitaires à des marques, en particulier de boissons alcoolisées, malgré la mise en garde qui vous a été adressée le 27 février 1997.

Ainsi, au cours de l'émission du 11 avril dernier, ont pu être distinctement visualisées des affiches en faveur de Stella Artois, Leffe et La vraie blanche.

Conscient des récents efforts consentis par votre chaîne pour se conformer à la réglementation, le Conseil constate néanmoins que l'article 8 du décret n°926280 du 27 mars 1992, qui interdit la publicité en faveur de boissons alcoolisées, et l'article 9 du dit décret, qui prohibe la publicité clandestine, sont toujours méconnus.

Il vous demande par conséquent de vous conformer aux dispositions précitées, sous peine d'encourir les pénalités contractuelles prévues aux articles 25 et suivants de la convention que vous avez conclues avec le CSA, le 30 mars 1993".

Lapsus sur RTL TVI

RTL TVI adore Céline Dion. Pour son maxi-concert Bruxellois, la chaîne privée a non seulement publié une brochure vendue en librairie mais elle a consacré, ce qui est beaucoup moins déontologique, un feuilleton de reportages dans ses journaux télévisés de 13H et de 19H, durant la semaine qui précéda l'événement. Et le jour même de la prestation, le direct était établi pour interroger le bourgmestre de Bruxelles, les fans... et annoncer aux personnes qui sui-

vaient son journal télévisé que le coiffeur super-fan auquel une séquence d'un précédent JT avait été consacré fut bien l'un des premiers à faire la file, tôt le matin, pour être au premier rang...

QUELLE FOLY !

Au cours du 13H, le 17/6/1997, après l'épisode du jour du feuilleton Céline Dion, le journaliste de service accueillit une autre chanteuse, Liliane Foly, qui faisait la promo de son nouveau produit musical. On n'échappa à la première question: que pensait-elle de Céline Dion? Mais la page

d'anthologie —ah! quand y aura-t-il un "zapping" belge, qu'on se marre un peu...— fut la clôture de l'interview de Liliane Foly, lorsque le journaliste lui dit très sérieusement: «Merci, Céline Dion...!»

On est curieux de connaître les accords commerciaux qui liaient les organisateurs du concert de Céline Dion à RTL TVI. En France, l'émission "TV+" de Canal+ enquête parfois sur ce type de sujet... En Communauté Française, au mieux, on peut toujours attendre qu'un cours d'éducation aux médias ose s'intéresser à pareil travail d'investigation...

A la Ministre ou à la RTBF QUAND VOUS ÉCRIVEZ, L'ATA VOUS RELAIE!

Les sympathisants de l'A.T.A. prennent de bonnes habitudes... Non seulement, ils écrivent aux représentants du monde de l'audiovisuel lorsqu'une pratique les tracasse mais ils proposent également à l'A.T.A. de partager leur expérience avec un plus vaste public par le biais du présent mensuel. En voici deux exemples récents.

Belgacom cité dans Appel à Témoins

Le 5/5/1997, Mr Patrick Sénéart de Bruxelles (très en verve, ces temps-ci... voir aussi page 6) envoie la lettre suivante à Mme Mamine Pirotte, la Directrice du Centre de Liège de la RTBF (qui produit l'émission Appel à Témoins): "...A plusieurs reprises, lors de l'émission Appel à Témoins du mois d'avril, la présentatrice Nathalie Marly a cité Belgacom ("0800XYZ, ligne gratuite mise à votre disposition par Belgacom").

De plus, on retrouve Belgacom dans les remerciements du générique de fin.

Donc, je me permets de vous poser les questions suivantes:

- 1: Pourquoi citer Belgacom?
- 2: Est-ce du parrainage ou de la publicité commerciale? Dans chacun de ces deux cas, vous ne respectez pas les normes de la Communauté française applicables à la publicité télévisuelle. A savoir que "la publicité doit être aisément identifiable comme telle" ou encore que "les programmes parrainés doivent être clairement identifiés (...) au début et à la fin des programmes"...

LA RÉPONSE DE MAMINE PIROTTE

Le 9/6/97, Mme Mamine Pirotte répond ainsi: "...Il va de soi que s'agissant d'un programme destiné à susciter l'appel de témoins dans les affaires judiciaires non élucidées, la participation d'un important opérateur en téléphonie était capital. Belgacom a proposé son parrainage, en offrant une place dans son réseau d'appels gratuits 0800.

En ce qui concerne l'aspect juridique de la question, je me permets de vous renvoyer à l'arrêt rendu le 12/12/1996 par la Cour de Justice des Communautés européennes. Celui-ci dispose que l'article 17, paragraphe 1, sous b/ de la directive

"Télévision sans frontière", dont l'article 28,2° du décret communautaire du 17/7/1987, modifié par le décret du 19/7/1991, est la fidèle reproduction, doit être interprété en ce sens qu'il ne s'oppose pas à la mention du nom et/ou du logo du parrain à l'intérieur d'un programme".

Partant, la RTBF a incontestablement respecté les normes communautaires relatives au parrainage..."

NOTRE COMMENTAIRE

L'article 28 §1 point 6 du décret sur l'Audiovisuel voté par la Communauté Française stipule entre autre que le parrainage doit être annoncé dans les génériques avant et après le programme parrainé, ou au début et fin d'une séquence clairement distincte d'un même programme...

Au public du juger si l'annonce de Belgacom faite dans Appel à Témoins correspond réellement à ce qui est autorisé...

Obligation de payer la redevance radio-télévision

Rarement, une mesure n'aura été aussi longuement impopulaire que l'impossibilité, depuis le 1er mars dernier, de recevoir une, deux ou trois chaînes de la RTBF pour 300.000 téléspectateurs belges.

Sur ce thème, l'A.T.A. a publié une carte blanche dans Le Soir que nous avons rediffusée dans le "Comment Télé-Vous?" n°33.

Un ATA de Honte a d'ailleurs stigmatisé cette pratique (voir pages centrales du présent numéro).

L'A.T.A. continue à recevoir régulièrement du courrier à ce sujet-là. Il en est de même pour l'ensemble des organes de la presse écrite.

Ce 15 juin, Mr Legrand de Xhoris nous écrit: "...Les réponses reçues de la RTBF, suite à nos réclamations, ne sont guère encourageantes pour l'avenir. Il n'est pas normal que, pour recevoir un service public, nous devions avoir recours au câble qui est un service privé".

Mme Nelly Sarolla de Visé ne décolère pas avec raison. Elle ne souhaite pas s'abonner à la télédistribution et elle ne capte donc plus que la première chaîne de la RTBF dans des conditions techniques qui sont souvent devenues insupportables depuis le début du mois de mars. Cette quadrangulaire alerte et ironique est

même venue à Bruxelles pour interpellier les membres du Conseil d'Administration de la RTBF qui participaient, le 28 mai dernier, à notre "Midi de l'Audiovisuel". Elle a d'ailleurs profité de son escale Bruxelloise pour aller remettre une lettre de doléances en mains propres au Chef de Cabinet de la Ministre de l'Audiovisuel.

Dans sa réponse datée du 10/6/1997, la Ministre-Présidente Laurette Onkelinx revient sur l'argumentaire qu'elle a proposé en réponse à la question parlementaire de Mme Carton de Wiart (voir Comment Télé-Vous?" n° 31).

Elle apporte néanmoins deux nouvelles précisions.

- 1: A Mme Nelly Sarolla qui lui propose de négocier une diminution du montant de sa radio-télé redevance, Mme Laurette Onkelinx réplique: "...Je vous rappelle que ce n'est pas une redevance au sens juridique exact du terme puisqu'elle n'est pas liée à un service. Cette redevance est un impôt communautaire, qualifié de tel par la loi de financement du 16/1/1989. Cet impôt est lié à la possession d'un appareil de télévision et non aux services de la télévision de service public. Que vous receviez ou non la RTBF, que vous choisissiez ou non de regarder ses émissions, la redevance radio-TV est due dès que vous êtes possesseur d'un téléviseur. Aucune réduction de votre redevance ne peut donc être envisagée".

- 2: Une bonne nouvelle –bien que relativement vague– pour certains des usagers qui ne captent pas la Deux: "...Une absence d'interconnexion oblige donc la RTBF à acheminer directement auprès des câblodistributeurs non interconnectés le programme d'Eurosport/21 et à, techniquement, utiliser des émetteurs jusque-là consacrés à la diffusion de "21" devenue la Deux. C'est ce qui explique que vous ne puissiez peut-être pas recevoir la Deux.

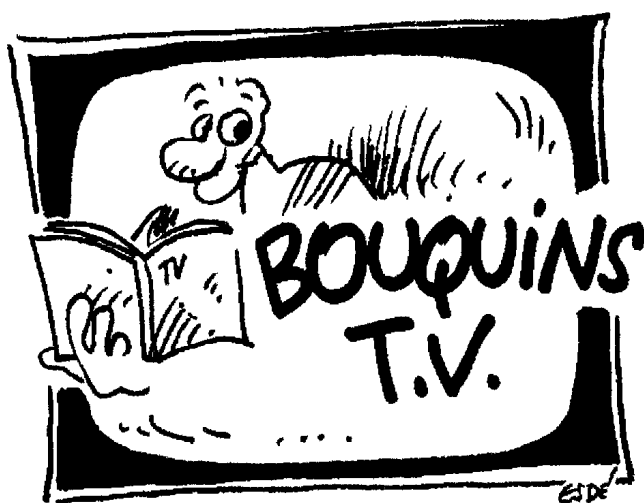
Les câblodistributeurs annoncent qu'à leur estime, l'interconnexion pourra être terminée dans moins d'un an. Il sera peut-être possible pour vous alors de capter la Deux".

L'A.T.A. conseille donc aux usagers privés de la Deux de faire pression auprès des hommes politiques de la majorité qui gère l'entité où ils habitent pour que cette interconnexion s'accélère.

En effet, la plupart des sociétés de télédistribution appartiennent à des intercommunales où les autorités politiques locales font la pluie et le beau temps. Et ces derniers sont bien entendu fort sensibles aux revendications des électeurs.

La 18ème séance des "Midis de l'audiovisuel" se déroulera le mercredi 24 septembre de 12H30 à 14H, au Forum de la Fnac Bruxelles à City 2, Rue Neuve

LA SURENCHÈRE MÉDIATIQUE
Marc Moulin nous présentera son nouvel essai
"La Surenchère - L'Horreur Médiatique" (Editions Labor)



“LA TÉLÉVISION” par Jean-Philippe Toussaint Les Editions de Minuit

Le récit a pour cadre Berlin pendant l'été. Le narrateur, un universitaire d'une quarantaine d'années, a reçu une bourse d'une fondation allemande pour écrire un essai sur les rapports du pouvoir et de l'art au XVI^e siècle en Italie illustré par les rapports entre le peintre Titien et Charles-Quint. Sa femme étant partie en Italie avec leur jeune fils, il se prépare consciencieusement à rédiger son essai.

“J’ai arrêté de regarder la télévision. J’ai arrêté il y a un peu plus de six mois, fin juillet, juste après la fin du Tour de France... Je revois très bien le geste que j’ai accompli alors, un geste très simple, très souple, mille fois répété, mon bras qui s’allonge et qui appuie sur le bouton, l’image qui impose et disparaît de l’écran. C’est fini, je n’ai plus jamais regardé la télévision”.

Même si le narrateur dénonce quelques travers et réalités de nos écrans cathodiques, *La Télévision* n’est pas un livre sur ou contre la télévision.

La télévision, comme la rédaction de son essai, ne sont que des prétextes narratifs où son héros tiraillé entre son sevrage de télévision et son incapacité à écrire plus de deux mots, erre dans un univers impalpable, de ceux qui n’ont d’autres contraintes que celles qu’ils se donnent et où chaque événement, même le plus insignifiant, prend tout-à-coup une importance capitale. Jean-Philippe Toussaint, avec une minutie et une précision maniaque, réussit à rendre le récit de ces anecdotes domestiques drôles et même burlesques, avec une sorte de détachement et de sérieux qui ne sont pas sans rappeler parfois Buster Keaton.

Les morceaux d’anthologies ne manquent pas. Par exemple, quand le héros après un strip-tease gêné sur plage naturiste, rencontre et discourt avec le président de la fondation qui lui a octroyé sa bourse et qui lui est, bien entendu, complètement vêtu. Ou encore les affres dues à la chaleur ou à la fougère de ses voisins...

Voilà un livre assez drôle qui, par petites touches, égratigne les grandes résolutions, les intellectuels et le monde qui, face à la tragédie de l’agonie d’une fougère ou à l’érotisme d’un strip-tease dans un parc, ne sont, après tout, que peu de chose.

Il reste malgré tout à relever

quelques réflexions sur notre société et la télévision qui sont intéressantes, même si Jean-Philippe Toussaint ne va pas plus loin que la critique puisqu’il ne propose comme solution que d’éteindre la télévision :

“Si les artistes représentent la réalité dans leurs œuvres, c’est afin d’embrasser le monde et d’en saisir l’essence tandis que la télévision, si elle la représente, c’est en soi, par mégarde, pourrait-on dire, par simple déterminisme technique, par incontinence”.

“Une des caractéristiques de la télévision, quand on ne la regarde pas, est de nous faire croire que quelque chose pourrait se passer si on l’allumait, que quelque chose pourrait arriver de plus fort et de plus inattendu que ce qui nous arrive dans la vie”.

“La règle (...) semblait se vérifier (...) qui voulait que les chances que l’on a de mener un projet à bien sont inversement proportionnelles au temps que l’on a consacré à en parler au préalable (...) j’en vins tout naturellement à m’interroger sur le rôle que la télévision avait pu jouer dans le fait que l’homme —l’entrepreneur, l’artiste, l’homme politique— semblait consacrer davantage de temps et d’énergie au commentaires de ses actions qu’à ses actions elles-mêmes..., la télévision pouvait cependant nuire encore bien davantage à la création artistique en proposant des émissions où les artistes seraient invités à venir parler de leurs projets (...) en ne s’intéressant plus du tout aux œuvres accomplies mais uniquement à celles qu’ils envisageaient de créer à l’avenir, la télévision pourrait permettre aux artistes d’épuiser par avance le potentiel de jouissance de leurs projets, au point de rendre leur réalisation ultérieure superflue”.

Et que pense Jean-Philippe Toussaint lui-même de la télévision ?

“La télévision a ceci d’assez vicieux que, quand on en dit du mal trop fort, cela se retourne contre soi. Il vaut mieux être plus insidieux et détaché. Dire «regarder ce qu’est la télévision et regarder ce que vous faites par ailleurs, vous verrez la différence» me semble plus juste, que de crier «la télévision, c’est mauvais pour la démocratie, pour les enfants, c’est violent, etc...» Ce discours-là fait partie du brouhaha général, que la télévision peut récupérer et broyer. Je ne veux pas être un ennemi, je veux être un témoin. Ce qui ne m’empêche pas de porter des coups en douce”.

Nathalie DUNKELMAN

CANAL+

Le bouquet !

Un bouquet de chaînes numériques va enfin voir le jour en Communauté Française. Canal+ va en effet commercialiser un bouquet de chaînes comparable à Canal Satellite Numérique en France. La première étape sera la mise en place d’un nouveau décodeur numérique dès le mois de novembre qui permettra aux abonnés de recevoir Canal+, Canal+ Jaune et Canal+ Bleu. Le principe est simple: une même chaîne mais diffusée à trois horaires différents. Le décodeur numérique permettra enfin de bénéficier de la stéréo, mais son abonnement sera plus élevé que le décodeur analogique actuel.

Le bouquet numérique à proprement parlé arrivera quant à lui en février 1998, avec de nombreuses chaînes attendues comme Canal J (pour les enfants), Canal Jimmy (séries cultes, etc.), Planète (documentaires)...

Le prix de l’abonnement n’a pas encore été fixé.

Le Jardin: menacé ?

Le Bingovision a chassé le Jardin Extraordinaire de la case du samedi soir qui permettait aux jeunes enfants de le regarder avec leurs parents. Début mars, la nouvelle place du dimanche soir, dans un premier temps, semblait ne pas lui avoir fait perdre une partie de son audience. Selon Claudine Brasseur, la présentatrice et productrice de l’émission, les derniers sondages sont plus inquiétants: “Nous avons perdu en moyenne 9%” déclare-t-elle à Téléoustique, le 18/6/1997. Une rediffusion, à la rentrée, le mercredi après-midi, sur la Une, n’arrangera peut-être pas l’audience du prime time du dimanche soir. Jamais la Direction de la RTBF ne pourra dire que “Le Jardin Extraordinaire” est une émission dépassée. Veut-on reléguer la diffusion de ce magazine à des heures plus confidentielles? L’ATA constate depuis plusieurs années déjà qu’on mène la vie difficile à ce magazine animalier dont le contenu gêne certains. Elle sera très attentive aux mésaventures qui risquent de lui arriver. On ne va pas nous refaire le coup de Turbulences.

Pas innocent?

Le 29 juin, les infos sont fatales pour Vilvoorde. Au 13 heures de France 2, un reportage résume les épisodes précédents. Il est question de la promesse de Lionel Jospin, alors président du PS. Dans le commentaire, uniquement. Car les archives sont absentes, alors qu’elles existent.

0900

Dès le 1er septembre prochain, les 0900 -déjà si chers- vont augmenter... Une bonne raison pour cesser de jouer aux jeux télévisés qui utilisent de plus en plus souvent ces numéros d’appels téléphoniques...

Futur CSA PROTÉGER L'INFO

L'ATA a envie que les téléspectateurs gardent intact leur droit de regarder le journal Télévisé de la RTBF sans subir des spots de publicité.

La manière de contourner la loi est évidente... et a, hélas, déjà commencé. On saucissonne! On multiplie des petites émissions qu'on entrelarde de publicités. Par exemple, entre les titres du JT de la mi-journée (qui deviennent, soit-disant, une courte émission autonome) et le JT proprement dit.

L'A.T.A. ne veut pas que l'étape suivante soit la dislocation du JT en un JT belge et un JT étranger, en un JT "actualité politique" et un JT "vie quotidienne", etc.

Ce saucissonnage, si l'on ne s'y oppose pas résolument dès maintenant (il ne s'agit pas de faire ici un procès d'intention à la RTBF, mais simplement d'avoir une attitude préventive), pourrait également avoir pour conséquence la mise en place d'un programme publicitaire entre le JT et, par exemple, les émissions "A bout portant" (l'interview d'Alain Gerlache du vendredi soir) ou "l'Hebdo" (le dimanche midi).

Sur ce sujet, l'ATA a déjà gagné une première bataille... Mais elle risque d'être fragilisée...

Voici, à cet effet, le texte de la lettre envoyée par l'A.T.A., le 12/6/97 à plusieurs parlementaires de la majorité et de l'opposition:

...Pourriez-vous prévoir un amendement, dans l'avant-projet de réforme du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel, qui forcera le Collège de la Publicité qui succédera à l'actuelle C.E.P. (Commission d'Éthique de la Publicité) à entamer ses travaux par la rédaction de l'avis que cette dernière (la C.E.P.) s'était engagée à produire dans sa recommandation 1/96...

L'avis en question

L'A.T.A. craint 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 (concernant le JT de la mi-journée de la RTBF).

A savoir, "La Commission décide 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".

Réponse inquiétante de Mr Hollander

Le 28/1/97, l'A.T.A. interrogeait 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 peuvent inquiéter:

- 1°: il ne nous donne aucune information concernant l'agenda de la Commission;

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

Lettre à Mr Ingberg

Dans une lettre adressée, le 15/5/97, au Secrétaire Général du Ministère de la Culture et des Affaires Sociales de la Communauté Française, Mr Henry Ingberg, nous l'interrogeons sur ces problèmes: "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 collègue 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?"

Réponse de Mr Ingberg

Mr Henry Ingberg nous répond, ce 9/6/97: "Le point 4 de la recommandation 1/96 de la CEP fait partie d'une liste de questions que ladite Commission aurait souhaité aborder en 1997. Son remplacement prochain par le Collège d'éthique de la publicité du futur CSA l'a empêchée de mettre en chantier plusieurs avis, dont celui qui vous tient à cœur.

Vous vous inquiétez des suites qui seront données aux engagements pris par la CEP à laquelle le futur Collège de la Publicité qui devrait être créé au sein du CSA réformé. Ce Collège sera libre des points à inscrire à son ordre du jour. Bien entendu, tant les missions qui seront confiées à ce Collège que la composition de celui-ci devraient amener ses membres à s'interroger sur une évolution possible dans l'insertion de publicité dans les programmes. Ayant à l'esprit la nécessaire continuité dans l'action du service public, je peux vous assurer que je relayerai, au sein du futur Collège de la Publicité, les questions que la CEP entendait aborder mais auxquelles elle a dû renoncer, faute de temps".

Conclusion

L'A.T.A. ne doute pas un instant de la bonne volonté de Mr Henry Ingberg mais elle considère que la seule garantie pour que l'avis de la recommandation 1/96 soit enfin examiné est que le législateur l'impose au menu des activités du futur Collège de la Publicité qui succédera à la CEP.

La publicité: tellement discrète !

L'un des administrateurs de l'ATA, Patrick Sénéart, a écrit, en mai dernier, aux journalistes qui présentent le journal télévisé de la mi-journée afin de s'étonner que, vers 12H46, à la fin de leur présentation des titres du JT, ils annoncent que le JT (qui démarre à 12H50) va commencer quelques minutes plus tard. Mais ils oublient d'informer les téléspectateurs qu'ils vont avoir droit, entre-temps, à un programme publicitaire...

Le même reproche peut d'ailleurs être également fait aux animateurs qui proposent la météo.

A la RTBF, la télévision ne pratique pas de la même façon que la radio! En effet, les animateurs radio, eux, annoncent régulièrement les pauses publicitaires.

RÉPONSE DE JACQUES BRÉDAEL...

"...Nos félicitations pour votre attention si critique à nos programmes. La publicité est chez nous si discrète, faut-il croire, que nous ne la remarquons même plus... et qu'à plus forte raison, il ne nous paraît guère utile de l'annoncer! J'espère que ce contretemps ne vous empêche de suivre, ni la météo, ni le journal..."

...ET DE FRANÇOIS DE BRIGODE

"...Je comprends votre interrogation mais l'habitude en télévision, c'est d'annoncer l'émission qui suit et pas la publicité..."

COMMENTAIRE

Qu'en pense l'auteur de cette remise en question?

Patrick Sénéart: "Les propos tenus par le deux journalistes-présentateurs de la RTBF nous prouvent leur complicité, leur soumission à ces pratiques peu dignes d'un service public.

Cette pratique du mensonge par omission, digne de la logique commerciale qui régit notre service public de l'audiovisuel, ne dérange ni Jacques Brédael, ni François De Brigode.

On pourrait même croire que la publicité est devenue une habitude discrète à la RTBF..."

Pour la rentrée

C'est probablement au cours de ce mois de juillet 1997 que le Parlement votera le nouveau statut de la RTBF ainsi que la réforme du CSA.

Nous y reviendrons, bien entendu, de façon détaillée, dans notre prochain numéro.

Le "Comment Télé-Vous?" n° 35 sera chargé!

Il vous proposera également un compte-rendu détaillé d'une rencontre entre la direction de RTL TVI et l'A.T.A.

Nous avons, enfin, sur nos fourneaux deux autres dossiers:

- Un an de médiatisation du dossier Dutroux, Nihoul, etc.

- Un journal télévisé quotidien pour les enfants à la RTBF, c'est pour quand?

Et nous profiterons de ces vacances pour lire et commenter la brique de Pierre Péan et Christophe Nick, "TF1, un pouvoir" paru chez Fayard.

Précision ministérielle

QUELLE PUB SUR EUROSPORT 21 ?

Lors de la récente retransmission de la course cycliste Liège-Bastogne-Liège, on a pu constater que nombre de publicités émaillaient et interrompaient la transmission de cette course sur Eurosport 21.

D'autre part, Jean-Philippe Art, le Directeur des Sports de la RTBF, a déclaré au Soir, en mars dernier, que la prochaine retransmission du Grand Prix de Formule 1 serait également émaillée de spots publicitaires sur Eurosport 21.

UNIQUEMENT DES "PAUSES NATURELLES"

Pareil cocktail explosif a permis à la parlementaire Marie Nagy (Ecolo) d'entamer le dialogue suivant avec Madame la Ministre Présidente Laurette Onkelinx (PS):

- **Mme Nagy:** ...Madame la Ministre-Présidente, pouvez-vous me dire si, en agissant de la sorte, la RTBF respecte encore le prescrit légal et réglementaire imposant qu'il n'y ait pas de coupures publicitaires dans

les pauses autres que celles qui sont appelées pauses naturelles, par exemple, à la fin d'une étape ou à un moment où, effectivement, la retransmission est arrêtée, de manière à éviter les interruptions...

- **Mme Onkelinx:** Concernant ce partage de canal entre Eurosport 21 et les émissions propres diffusées par la RTBF, je confirme que, seules, ces dernières émissions sont de la responsabilité de la RTBF. Ce qu'on peut voir sur Eurosport 21 n'est pas de la responsabilité de la RTBF, puisqu'il s'agit d'un simple partage de canal.

Pour ce qui est des émissions relevant de la responsabilité de la RTBF, je confirme bien entendu l'applicabilité de l'article 17 de l'arrêté de novembre 1989 que Mme Nagy a rappelé et qui interdit les coupures en dehors des pauses dites naturelles. Donc, toute coupure publicitaire qui contreviendrait aux dispositions de cet arrêté serait bien entendu illégale et je confirme que nous ne pourrions l'accepter.

- **Mme Nagy:**... Il me semble cependant que, dans le cas de la retransmission de la course cycliste et du grand prix de Formule 1, nous nous trouvons précisément dans le

cadre des programmes dont la RTBF a la responsabilité. C'est probablement là qu'il faudra veiller à faire respecter de manière rigoureuse l'arrêté en question et qui ne prévoit pas d'interruption dans les programmes pour diffuser des spots publicitaires. Je souligne que dans l'interview, le directeur du service sportif justifie le recours à ce type de spots coupant les programmes par le fait que ces retransmissions coûtent cher...

VIGILANCE

Comme aucune sanction, en dehors du retrait pur et simple de la licence de diffusion de la RTBF, n'est prévu dans le cas de non-respect par le Service Public de ses obligations, seule, la contestation publique peut gêner ce dernier ainsi que sa Ministre de tutelle. L'A.T.A. conseille donc aux téléspectateurs qui remarqueraient que la RTBF, dans ses fenêtres sur Eurosport 21, diffuse des spots publicitaires en dehors des pauses naturelles, de noter l'heure et la date précise de leur diffusion... Si vous avez magnétoscopé la dérégulation, c'est encore mieux! Ecrivez aux courriers de lecteurs des journaux et envoyez copie de votre missive à l'A.T.A.



Après les Maîtres de l'orge: Paul Anrieu fait mousser l'A.T.A

Les deux dernières livraisons de "Comment Télé-Vous?" consacrées à la publicité clandestine de "Bon Week-End" ainsi qu'aux nouveaux statuts de la RTBF et du CSA nous ont valu beaucoup de commentaires.

Voici, à titre informatif, la lettre que nous a envoyée, ce 10/6/97, Paul Anrieu. Acteur, vous l'avez vu jouer dans de nombreux films: Le Pull-Over rouge de Michel Drach, La Provinciale de Claude Goretta, Mortelle Randonnée de Claude Miller...

Il a également participé à de nombreuses fictions de la RTBF signées Jean-Louis Colmant, Paul Roland, Louis Boxus ou Robert Lombaerts.

Plus récemment, il fit partie de la distribution des Steenfort, les Maîtres de l'Orge.

"Vos deux derniers numéros de Comment Télé-Vous? sont passionnants. Vous tenez bon, pied à pied, armés de principes forts, d'esprit solide et de juste ténacité. Bravo pour vos premiers succès!

Votre action rend plus pur l'air qu'on respire.

Le combat pour une société citoyenne responsable passe évidemment par la vigilance à l'égard des pollueurs de l'esprit que sont les manipulateurs publicitaires.

Dans l'Antiquité, un certain

Alciabiade avait délibérément coupé la queue de son chien, célèbre pour sa beauté, uniquement pour faire parler de lui. Il céda à la vanité, non à la vénalité.

Aujourd'hui, faire parler de soi rapporte gros.

Et si, pour ce faire, on ne coupe plus la queue d'un chien, on coupe plus facilement une émission de télévision, un film ou une page de journal.

On s'arrange même aujourd'hui pour occuper le terrain afin de pou-

voir plus aisément réduire ou couper les crédits à qui renâclerait: services publics, journaux, institutions diverses...

Cela s'appelle user de la liberté d'informer.

Comment ne voit-on pas (ou plutôt, pourquoi ne veut-on pas voir?) qu'il s'agit d'endoctrinement, de conditionnement de réflexes consuméristes n'ayant rien à voir avec le libre choix des acheteurs?

Cela s'appelle propagande.

L'intrusion dans la vie publique et privée des citoyens n'a d'autre but que de les inciter à adopter le type de comportement qui nourrira la société marchande.

Non seulement par la consommation, mais aussi par la propagation de "l'idéologie" de tel ou tel produit diffusée par l'utilisateur lui-même, fier utilisateur de chaussures de sport, de bagages, de vêtements, de boissons, d'articles de mode dont la marque figure en toutes lettres sur l'objet. Plus besoin d'hommes-sandwichs, le client s'en charge!

Tout cela est habile, souvent bien fait, agréable à voir.

Et pour en revenir à nos antennes, comment ne pas avoir un pincement de cœur lorsqu'on sait que la beauté, l'invention, le talent déployés dans beaucoup de pubs sont le fait de réalisateurs, de comédiens, de monteurs, de documentalistes capables de faire merveille dans la production artistique, dramatique, documentaire et culturelle en général que le pouvoir grandissant des publicitaires a progressivement réduit à la portion congrue".

Consommation culturelle: UN AN ET DEMI, UNE SEULE ÉMISSION.

Voici quelques questions qui ne sont pas traitées par *Autant Savoir*, l'émission des consommateurs de la RTBF.

Pourquoi les Musées D'art Ancien et Moderne viennent-ils de mettre fin à l'entrée gratuite pour le public de leurs institutions? Comment les Belges réagissent-ils à la V.F. et à la V.O.? Quel public fréquente les académies? Pourquoi les télédiffuseurs ne diffusent pas tous La Cinquième?

Ces questions permettent aux usagers du petit écran de s'interroger sur les pratiques et les droits des consommateurs de biens culturels.

Une émission régulière de télévision qui répondrait à ces questions faciliterait la découverte des enjeux d'une politique culturelle, développerait la conscience d'une identité culturelle des citoyens et leur permettrait de s'impliquer davantage dans l'organisation culturelle de la cité. Voilà un réel travail d'éducation permanente qui correspond aux obligations du statut de service public de la RTBF.

Et bien, non. En culture, la RTBF limite son action à la diffusion d'œuvres, la description de l'élaboration d'une activité culturelle et la promotion de sa diffusion.

Il y a près d'un an et demi, le 6 décembre 1995, devant les plus hautes autorités de la RTBF, au cours d'une séance de l'Atelier Culturel, j'avais proposé un projet d'émission axé sur les droits et les devoirs des consommateurs du temps libre (culture, médias, sports, etc.).

LANGUE DE BOIS

A la RTBF, lorsqu'on refuse un projet, on argumente sur le manque de moyens et sur le fait que l'on ne peut pas tout faire... Et l'on désigne un type d'émission plus généraliste qui pourrait englober la proposition suggérée... Quand la direction du service public supprima un magazine écologique, elle rappela que des séquences qui traitent de cette thématique sont programmées au Journal Télévisé ou au Jardin Extraordinaire...

Cette tactique fut adoptée pour ma proposition. A la RTBF, il y a plusieurs magazines de consommateurs et c'est, par exemple, dans l'un ou l'autre numéro d'*Autant Savoir* que la "consommation culturelle" pourrait être abordée.

UNE DES SOIXANTE-SIX ÉMISSIONS

Vraie réponse? Langue de bois dissimulée... Il suffisait d'attendre et puis d'analyser la grille des programmes. Depuis ce 6 décembre 1965 et jusqu'à la fin de cette saison 96-97, l'équipe d'*Autant Savoir* a réalisé 66 nouvelles émissions dont une seule propose une réflexion sur le consumérisme culturel: le Marché

du livre, diffusée le 16 janvier 1997.

Ainsi, *Autant Savoir* est embouteillée par plein de sujets de la vie quotidienne et ne peut s'interroger sur la culture que de façon exceptionnelle.

Il faut donc prévoir une entrée régulière pour cette réflexion de type "éducation permanente" dans le temps consacré actuellement à la promotion et la diffusion culturelle de la RTBF. Si, du moins, le Service Public tient à s'acquitter de ses obligations.

UNE LETTRE

Les sujets ne manqueront pas. Une lettre de E. Dubuisson parue dans *Le Soir* du 10/6/97 nous fournit un nouveau thème à aborder: les nuisances occasionnées auprès des spectateurs qui ont payé leur place par la captation télévisée de spectacles vivants. "...La télévision belge a fait vivre à des milliers de spectateurs un Concours Reine Elisabeth des plus performants tant au point de vue des images, des commentaires, du son. Cette recherche de la perfection dans la diffusion est des plus louables. En revanche, dans la salle Henri Le Bœuf, ce perfectionnisme entraîne une nuisance à l'égard des spectateurs comme à celui des concurrents et de leurs accompagnateurs. En effet, les spots ont été pourvus de réflecteurs en mica placés d'une manière extrêmement improvisée. La qualité de cette installation n'est sans doute pas adéquate puisqu'après chaque extinction des spots se déclenche un bruit métallique, dû au refroidissement du mica, absolument intolérable et préjudiciable, à la fois, pour les spectateurs et pour les concurrents et leurs accompagnateurs. Il s'agit là pour des raisons d'économie de bout de chandelle, d'un manque de courtoisie à l'égard de virtuoses qui jouent leur carrière et leur célébrité, et à celui d'un public de mélomanes attachés à la perfection d'une écoute..."

DES BROUTILLES?

Avec pareil exemple, cherche-t-on "la petite bête", voire "des poux où il n'y en a pas"? Et si, au contraire, c'était une grosse bête... Reste à découvrir la partie immergée de l'iceberg. Et, comme vous allez le voir, il y a matière à un vrai reportage d'investigation.

La captation peut transformer la nature d'un spectacle. Les artistes ne s'adressent plus vraiment au public et l'émotion en pâtit nécessairement. Je me souviens de ce concert d'une vedette de variété qui démarrait son rappel par un "Bonjour, Paris" et reprenait ensuite la chanson par laquelle elle avait démarré son tour de chant... Il s'agissait en fait d'un deuxième tournage du début du spectacle nécessité par un problème technique qui était apparu lors de la première prise. Telle autre chanteuse interrompit sa prestation pour reprendre une chanson à la demande du réalisateur...

Afin que le spectateur ne soit pas le seul perdant dans ce deal média-

organisateur, il faudrait au moins qu'il soit clairement prévenu, avant l'achat de son ticket, que le spectacle auquel il va assister fait l'objet d'un tournage par la télévision.

Autre problème: lors de ces tournages, la caméra peut filmer des spectateurs dans la salle. Outre le désagrément (les spots qui vous éclairent et vous "extraient" du spectacle), une partie du public peut désirer la confidentialité de sa vie privée... Une solution? Qu'au moment où le public choisit sa place, il sache où se situe le périmètre où les caméras peuvent filmer les spectateurs. Ceci fera tant plaisir aux discrets qu'aux exhibitionnistes! Et tout le monde sera respecté.

Bien entendu, ces règles élémentaires ne sont pas respectées actuellement, voilà pourquoi une médiatisation de pareilles problématiques serait utile. Et originales. Le service Public cherche-t-il des idées de nouvelles émissions?

L'intérêt de ce projet d'émission sur la consommation culturelle que nous remettons sur la table est double:

- Pareille émission aura un budget limité car, contrairement aux autres émissions culturelles, elle aura un poste "droits d'auteur" extrêmement faible puisque son but n'est pas de diffuser des œuvres artistiques.

- Elle fera appel à un travail de type journalistique cher à la RTBF et tout particulièrement à son nouvel Administrateur Général.

D'ailleurs, les déclarations récentes de Christian Druite vont exactement dans le sens de notre projet: "...J'ai écrit qu'il fallait ouvrir la réflexion, accepter les projets, mais les mettre à l'aune des moyens et du public escompté... Il faut alimenter la culture citoyenne, divertir sans abêtir, éduquer par la mise en évidence des enjeux démocratiques, sans concessions mais sans populisme..." (La Libre Belgique, 24/6/97).

Bernard HENNEBERT

Qui dirige la RTBF?

Le nouvel administrateur de la RTBF, Christian Druite, dans son interview au JP radio de 7H, le 24/6/1997, a déclaré: «Il faut saturer les possibilités que nous donne la publicité. Il faut encore aller chercher pour 200 millions et chaque franc sera le bienvenu. Il faut ouvrir d'autres créneaux. Par exemple, la télé du matin». Les projets rédactionnels seraient-ils donc induits à la RTBF non pas par les besoins des téléspectateurs mais bien par la recherche de nouvelles plages publicitaires?

B.G.