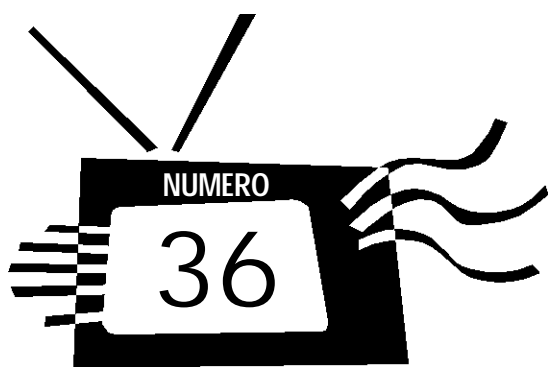


COMMENT TÉLEZ-VOUS ?

Editeur responsable : Benoit Goossens



11 OCTOBRE 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://ata.qwent.es.be>



Pour comprendre le dessin publié ci-dessus, il faut lire l'article ci-dessous...

Sachez que notre dessinateur n'avait jamais réagi aussi vite :

10 minutes à peine après l'envoi de notre article,

il nous faxait la première esquisse du présent dessin... de quoi vous mettre en appétit.

Après la triche d'Intervilles...

LA FRAUDE DE RTL TVI

C'est bien pire que la triche d'Intervilles sur TF1 dénoncée récemment par Le Canard Enchaîné !

En effet, à RTL TVi, ce n'est pas un simple animateur qui a triché mais c'est l'organisation elle-même de l'émission qui est trompeuse... Et ce n'est pas une ville qui a remporté abusivement une victoire, mais c'est un bon millier de téléspectateurs "candidats" qui ont été abusés.

Pour la soirée du 10ème anniversaire de RTL TVi qui a été diffusée, le 13 septembre 1997, la chaîne privée voulait fidéliser ses téléspectateurs. Remportera une voiture, l'un de ceux-ci qui aura noté les 6 chiffres qui sont divulgués, demi-heure après

demi-heure, au cours de cette émission qui s'étalera durant toute la soirée.

Pour pouvoir concourir, il suffisait d'envoyer, quelques jours plus tôt, une carte postale avec le numéro de téléphone à laquelle la chaîne pouvait vous contacter à la fin de la diffusion de la soirée.

En fait, la presque totalité de l'émission a été enregistrée la veille, sur la scène de Forest-National, le 12 septembre.

EXTRAIT

Pour le jeu final, la bande enregistrée est interrompue pendant quelques instants. Alors, les deux animateurs familiers de RTL TVi, Marie-Christine Maillard et Jean-Marie (du "Fera, Fera pas"), en vrai direct dans les studios de l'Avenue Ariane interviennent.

SUITE PAGE 3

Sommaire

■ Philippe Busquin, patron du JT ?

—Page 4

■ Entretien avec Marc Moulin

—Page 13

■ D. Schneidermann, critique au Monde, méprise le public !

—Page 2

■ Arrêtons le silence autour de l'article 342

—Page 5

■ Contrats abusifs de Pour la Gloire ?

—Page 15

Dossier de 6 pages pour présenter la nouvelle pression de l'A.T.A.

POUR UN JT JUNIOR QUOTIDIEN À LA RTBF

(Page 7 à 12)



La triche d'Intervilles

Dix-sept jours avant la parution des révélations de la triche d'Intervilles dans l'hebdomadaire Le Canard Enchaîné, le nouveau mensuel français d'André Rousselet (ancien PDG de Canal+), "Télévision le Mensuel", publie, dans le courrier des lecteurs de son numéro 5 de septembre 1997 le témoignage de M.C. de Fécamp :

"Je tiens à soulever une vachette (faute de lièvre) concernant l'émission Intervilles. Si vous visionnez l'émission du 2 juillet 1997 qui opposait Le Puy-du-Fou à Ancenis, au moment des questions finales aux érudits locaux, une question est posée par Foucault mais donnée par un assistant en jeans à l'image. Lecture de la question. Coup d'œil de l'assistant sur la fiche. Celui-ci place sa main droite en haut de sa cuisse et indique la réponse ouvertement en présentant trois doigts aux candidats. Cette personne devait se croire hors cadre... Je ne m'attends pas à ce que mes petites observations fassent trembler l'émission sur ses bases. Toutefois, si j'ai vu cette mascarade, d'autres ont pu la contempler également".

LE PUBLIC, LE MAL AIMÉ ?

L'habitant de Fécamp n'est pas le seul téléspectateur à avoir vu la fraude et tenté d'alerter l'opinion publique. Marc Oschinsky, qui tient une chronique quotidienne sur la télé pour Radio Une (RTBF), a téléphoné, en effet, à l'A.T.A., à la mi-juillet déjà, pour nous signaler qu'un auditeur l'avait contacté afin de dénoncer cette désormais célèbre triche. L'animateur nous demandait si nous ne pouvions pas lui retrouver les images de l'émission contestée. Tout ceci se passait bien avant les révélations de la mi-septembre.

Tous les médias écrits et audiovisuels français et belges ont signalé que c'est Le Canard Enchaîné qui avait levé le lièvre... Et l'hebdomadaire satirique n'explique pas com-

ment il a découvert le pot aux roses.

Il nous semble donc intéressant de constater que :

- 1° : le courrier des lecteurs peut déceler des informations intéressantes et inédites, publiées bien avant que les journalistes placent en exergue tel ou tel problème sous les feux des projecteurs de l'actualité.

- 2° : les journalistes ne semblent pas avoir remarqué que la lettre parue dans un mensuel (qui est loin d'être confidentiel) préexistait à la révélation du Canard Enchaîné et que donc, probablement c'est l'auteur de celle-ci qu'il faudrait citer comme découvreur de la triche et non Le Canard Enchaîné.

DANIEL SCHNEIDERMANN : MÉPRISANT ?

Daniel Schneidermann, le célèbre critique TV du quotidien "Le Monde" et animateur de l'émission "Arrêts sur images" de la Cinquième, a publié, le 29 septembre 1997, une chronique intitulée "Des Intervilles partout ?" qui affiche un mépris certain à l'égard des usagers du petit écran. On pourrait résumer ainsi le sens de ses propos : les téléspectateurs sont des veaux, ils ne voient pas les pires choses qui apparaissent à l'écran... et, heureusement que les journalistes sont là pour faire leur éducation audiovisuelle et découvrir les triches !

La première partie du présent article démontre que Daniel Schneidermann a tout faux. Voici le début de cette chronique parue dans le supplément TV-Radio-Multimédia inséré dans Le Monde du week-end :

"Le plus étonnant, dans "l'affaire" de la tricherie d'Intervilles n'est pas que l'on ait éventuellement triché dans un spectacle tout entier fondé sur la chamaillerie et la râlerie gauloises. C'est qu'aucun des six millions environ de téléspectateurs n'ait repéré sur l'écran les gestes coupables de l'animateur, avant que les photos ne s'en étalent dans Le Canard Enchaîné. Trois doigts plongent en direct dans le pot de confiture devant six millions de paires d'yeux, et... rien ne se passe avant deux mois : cette stupéfiante invisibilité en dit long sur la manière dont nous regardons désormais la télévision sans la voir. On objectera qu'il ne s'agit que d'Intervilles. Mais sommes-nous certains de regarder plus attentivement les images dites sérieuses ? La disparition de la fron-

tière entre informer et divertir n'a-t-elle pas émoussé tous les regards ? Tout le spectacle du monde porté par la télévision, autrement dit, n'est-il pas d'ores et déjà intervisé ? "

Ah, les généralisations abusives ne font jamais bon ménage avec un travail journalistique qui force le respect.

DEUX INFOS SOUS-MÉDIATISÉES

Il semble que, à propos de "regards émoussés", ce soient ceux, non pas de tous, mais quand même d'un bon nombre de journalistes qui ont tartiné sur cette fraude d'Intervilles ! Ils ont pratiquement tous repris l'ensemble des infos du premier article du Canard Enchaîné. Par contre, on a la forte impression qu'aucun d'eux n'a lu le second article publié dans l'une des éditions suivantes du "Canard Enchaîné"... L'hebdomadaire laisse clairement entendre que d'autres magouilles pourraient apparaître : Intervilles serait "...un jeu qui est, sinon truqué, parfois "pilote". Il y a en régie des gens -dont Gérard Louvin- qui veillent à maintenir le suspense. Si une équipe domine trop, l'Audimat s'effondre. «Alors, on s'arrange, explique un vétéran de l'émission. Les animateurs ont une oreillette. Et certaines épreuves permettent de forcer le destin. Par exemple, l'usage du "joker". Ou les tapis roulants que l'on peut discrètement accélérer ou ralentir. Villiers (NDRL : Philippe de Villiers est le maire de la ville du Puy-du-Fou qui a gagné Intervilles grâce à la triche récemment dénoncée) lui-même a raconté, dans les coulisses du conseil national de son Mouvement pour la France, qui était réuni samedi à Paris, que les animateurs s'arrangeraient toujours pour maintenir le score serré...»

Un autre article du Canard poursuit la démonstration du livre de Péan et Nick, "TF1, Un pouvoir" : TF1 est une arme de guerre au service de la droite française. Intervilles permet à des hommes politiques de parader et ces instants de télé hautement promotionnels ne sont pas comptabilisés dans les temps de paroles sévèrement répartis par le CSA français, pour les émissions d'information. Parmi les villes participantes à Intervilles en 1996, il y en a 14 sur 16 qui sont de droite. Et en 1997, 15 sur 18 ! Le pluralisme à Intervilles ? Meuuuuu !



MARDI 14 OCTOBRE

A 12H15, Présence et Action Culturelle dialogue avec Christian Druite, Administrateur Général de la RTBF, en présence de Philippe Busquin, Président du Parti Socialiste. Il s'agit d'une réunion privée. Invitation obligatoire. Contact : Concetta Amella (02/ 512 96 85).

MARDI 14 OCTOBRE

A 21H05, sur La UNE (RTBF), première de "Contre-Pied", présentée par Jean-Claude Defossé. Cette émis-

sion analysera, chaque mois, le fonctionnement des médias écrits et audiovisuels.

SAMEDI 18 ET DIMANCHE 19 OCTOBRE

Deux journées où l'on ne regarde pas la télévision en France. "Déchainons-nous !" est organisée par l'hebdomadaire Télérama (voir rubrique Internet page 5).

MARDI 21 OCTOBRE

A 20H45, sur Arte : diffusion d'un documentaire français d'une heure sur une télévision commerciale portugaise, "Cette télévision est là votre". Exceptionnel. Quel cynisme et comment les responsables de cette chaîne ont-ils osé le proférer aussi

platement sous l'œil de la caméra vigilante ! Comment la programmation de la SIC obéit avant tout à la publicité. L'intérêt, c'est que l'on nous propose du concret : par exemple, les coups de téléphone entre le Directeur de la chaîne et les fournisseurs de telenovelas, les feuilletons brésiliens... A magnétoscooper et à rediffuser entre amis, à l'école, dans le mouvement de jeunesse...

JEUDI 23 OCTOBRE

Sortie d'un livre coédité par la Communauté Française et la RTBF ainsi que la publication d'un sondage inédit dans Le Vif-L'Express concernant la violence à la télévision et les enfants. Promotion (?) de tout ceci dans le débat de l'Ecran Témoin du lundi 27 octobre, après la diffusion du film "Pulp Fiction".



SUITE DE LA PAGE 1

Nous avons remplacé le nom du candidat par "B" et la marque de la voiture en jeu par "X".

- Marie-Christine : Attention, nous allons tirer au sort une carte postale. Elles sont nombreuses. Au moins un millier de cartes postales ! Vous avez été très nombreux à répondre à notre appel... Attention donc, il va falloir donner une combinaison de six chiffres qui correspond au résultat du référendum... (Pendant que Marie-Christine parle, Jean-Marie tire une carte postale du tas)... Voici la carte tirée. A mon avis, tout le monde est à son poste. On croise les doigts pour la personne qui habite... Maizeret. On peut déjà le dire ! Je compose le numéro de téléphone en direct. C'est le même principe que notre "Fera, fera pas" habituel : cinq sonneries maximum. Soyez rapide ! Si vous entendez résonner la sonnerie du téléphone, précipitez-vous parce qu'il y a quand même un très gros cadeau en jeu... Alors... (Sonneries. Rapidement, la communication s'établit).

- Monsieur B : Allô !

- Marie-Christine : Bonsoir, c'est Marie-Christine, c'est Jean-Marie. Le "Fera, fera pas". Vous êtes en direct sur l'antenne de RTL TVi. Est-ce que vous avez regardé la soirée des Dix ans ? (Silence)... de RTL... (Resilence)... Vous nous avez envoyé une carte postale pour le "Fera, fera pas" ? Allô ?

- Monsieur B : J'...

- Jean-Marie : Oui !

- Marie-Christine : Vous êtes avec nous sur RTL TVi en direct et nous avons tiré votre carte postale au sort.

- Monsieur B : Oui, oui, oui, je vous écoute.

- Marie-Christine : Est-ce que vous avez la combinaison des six chiffres qui correspond au résultat du référendum ?

- Monsieur B : Oui, je l'ai. C'est le quarante-trois, quarante-six, vingt-quatre.

- Marie-Christine et Jean-Marie : Attention, on va détailler. Le quatre, c'est Navarro. Le trois : Hélène et les garçons. Le 4 : Maguy. Le 6 : l'élection de Miss Belgique. Le 2 : Place Royale. Et le 4 : Alerte à Malibu. C'est incroyable ! C'est gagné, Monsieur B de Maizeret... Vous savez ce que vous gagnez ?

- Monsieur B : Heu... (hésitation)... Oui...

- Marie-Christine : Voyez. Regardez... C'est extraordinaire. Une Y décapotable, superbe voiture rouge... (apparaît à l'antenne une séquence filmée la veille : la voiture truffée de candidates Miss Belgique, sur la scène de Forest-National); je vous le dis tout de suite : vous n'avez pas gagné les Miss en prime ! Monsieur B, je garde les Miss et vous avez la voiture !

- Monsieur B : ... (silence).

- Marie-Christine : Je vous sens le souffle court... C'est l'émotion ?

- Monsieur B : Mais oui (rires) ! Parce que vous venez de me téléphoner, deux minutes avant... Je pensais que c'était une blague et voilà !

- Marie-Christine (interrompant la phrase de Monsieur B) : Oui, j'ai senti qu'il y avait un moment, avant de réagir !

- Jean-Marie : Tout-à-fait, tout-à-fait... Exprimez-vous, maintenant ! Allez-y, quoi !

- Marie-Christine : Vous allez pouvoir fendre la bise...

- Monsieur B : ...Alors, comme je pensais que c'était une blague, j'avais pris mon portable sur moi, dans ma poche, et j'allais sortir... et voilà !

- Marie-Christine : Non, non, c'est bien votre carte postale : Mr B de Maizeret (elle montre la carte à l'écran).

CONSTAT

Puisque le candidat a reçu un appel avant le tirage de sa carte en direct à l'antenne, on peut se demander comment l'animateur de RTL TVi a réussi à prendre cette carte AU HASARD dans le tas d'un millier de cartes présentées à l'écran...

JUSQU'OU, CETTE TRICHE ?

Il est impossible pour les téléspectateurs -qui ne sont pas des inspecteurs de police, ni des journalistes d'investigation...- de découvrir quelle est l'ampleur réelle de la tricherie. Voici trois hypothèses plausibles.

• 1 : Au minimum, RTL TVi, pour éviter de tomber sur des téléspectateurs qui ne répondent pas au téléphone ou qui ne regardent pas la chaîne ce soir là, ce qui fait mauvais genre à l'antenne (bien que cela se pratique régulièrement dans "Fera, fera pas") a décidé de prévenir le candidat qu'il allait être choisi et s'assurer qu'il répondra bien à l'appel "en direct" qui sera donné quelques minutes plus tard.

• 2 : Mais la triche peut aller plus loin... Contrairement au "Fera, fera pas", dont la somme est remise en jeux, jour après jour, ici, le concours est unique : la voiture doit partir ce soir là.

Alors, pourquoi ne pas souffler, au cours du coup de téléphone préalable, les chiffres gagnants ?

Au fil de la soirée, le candidat devait noter à six reprises un nouveau chiffre. Ne serait-il pas plus logique, dès lors, qu'il les énonce de la façon suivante : «le quatre, le trois, le quatre, le six, le deux et le quatre» ? Lorsqu'il lui sera demandé quelle est "la combinaison des six chiffres", il répondra : «Oui, je l'ai. C'est le quarante-trois, quarante-six, vingt-quatre».

Cette façon de faire moins logique pourrait laisser croire peut-être que le candidat, si RTL TVi lui avait donné les résultats au cours du coup de fil préalable, les aurait écrit comme l'on note un numéro de téléphone, sans savoir vraiment à quoi ils correspondent...

• 3 : Puisqu'il n'y a visiblement pas eu tirage au sort en direct devant les téléspectateurs, tout est imaginable... jusqu'au choix d'un familier de la chaîne pour qui il serait agréable de recevoir une belle voiture rouge décapotable.

AUCUN RECTIFICATIF

Plus d'un milliers de téléspectateurs qui ont participé au jeu faussé ont droit à une réparation. Et l'ensemble des fidèles de la chaîne privée méritent une explication et des excuses.

Il ne s'agit pas d'un événement sans importance. Il suffit de voir combien en France, dans un pays sensiblement de même culture que la nôtre, l'événement analogue d'Intervilles est dénoncé publiquement.

Ce qui nous semble significatif, c'est que les deux présentateurs n'ont pas remis en question à l'antenne la déclaration du candidat et que RTL TVi n'a pas diffusé de communiqué de presse dénonçant ces propos.

Et nous n'imaginons pas que RTL TVi fasse pression, un jour, sur ce lauréat -ah, la belle voiture...- pour qu'il revienne sur ses propos...

Et maintenant : que RTL TVi, que la presse écrite et que le nouveau Conseil Supérieur de l'Audiovisuel fassent leur travail...

Benoit GOOSSENS

A QUOI SERT LA PRESSE ÉCRITE ?

Le manque de sens critique de la presse écrite de notre Communauté Française est étonnant ! Le mois dernier, notre ASBL dénonçait une étrange pratique du Service Public (article "Pour des prunes"). La RTBF avait diffusé une bande-annonce invitant les téléspectateurs à téléphoner des questions pour le débat de l'Ecran Témoin sur le mariage des prêtres... alors que l'émission était déjà enregistrée !

Bien entendu, nous avons fait parvenir cette information aux principaux organes de presse écrite, quotidienne et hebdomadaire. Aucun d'entre-eux n'a relayé ce dysfonctionnement.

Mais n'allez pas croire que

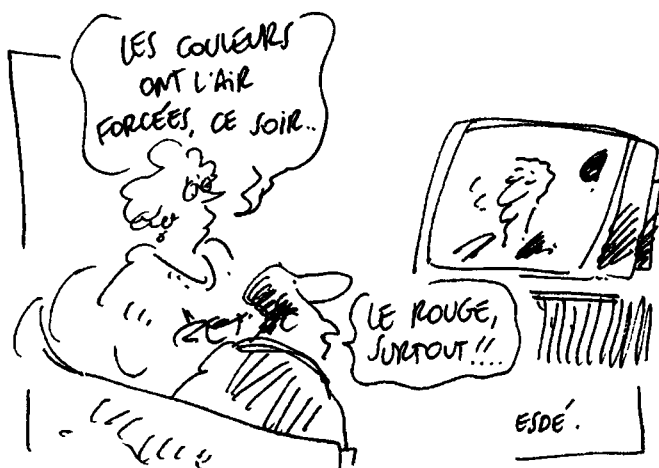
nos confrères de la presse écrite n'aiment pas les scandales du petit écran... A condition que cela se passe hors de nos frontières !

La plupart ont consacré des articles détaillés à la probable fraude d'Intervilles.

Par contre, aucun d'entre-eux n'a vu la fraude de la soirée du 10ème anniversaire de RTL TVi ! Et pourtant, plusieurs journaux ont publié des articles qui avaient l'allure de "comptes-rendus" de cette soirée...

Bien entendu, le numéro 36 de "Comment Télé-Vous ?" sera envoyé aux différentes rédactions. Que tous les journalistes du Royaume sachent qu'ils sont autorisés à reprendre un maximum d'informations diffusées par notre mensuel. Il sert notamment à cela !

Philippe Busquin, RÉDACTEUR EN CHEF DU JT



Thierry Evens note dans *Le Soir* du 9 septembre 1997 : "...Puisqu'il veut développer une identité wallonne, le Président du Parti Socialiste se dit prêt à encourager, dans les médias, ceux qui disent que la Wallonie doit bouger et bouge. Cela évoque la perspective d'une RTBF redessinée..."

Cette phrase devrait-elle être resituée dans son contexte ? Serait-elle à prendre au second degré (l'éternelle excuse des cancre pris le doigt dans le pot de confiture...) ? Pas sûr...

Est-ce au Président d'un parti, même au pouvoir et fort influent, qu'il revient de redessiner le contenu des émissions du service Public ?

La déclaration de Philippe Busquin paraît étonnamment le même jour qu'une publicité de la RTBF publiée dans les quotidiens à propos de "Défis", le nouveau magazine économique.

On peut y lire : "Certains se complaisent dans la sinistrose. Nous, on vous propose de rencontrer les nouveaux patrons wallons; Un beau "Défis", non ? Oui, les nouveaux patrons existent. Et "Défis" les a rencontrés..."

Pour rappel, ce nouveau magazine prend la place de "Turbulences", émission interrompue abruptement,

la saison dernière. Pourquoi ? La Libre Belgique le rappelle, ce 28 août 1997, sous la plume de Karin Tshidimba : le magazine économique était "considéré comme trop contestataire".

A l'époque de son arrêt, la justification invoquée par la Direction et le Conseil d'Administration de la RTBF était le manque d'argent au Centre de la RTBF Liège : il fallait utiliser les budgets de "Turbulences" pour financer la nouvelle émission "Appel à Témoins"... Aujourd'hui donc, il se confirme bien qu'il s'agit plutôt d'une ingérence d'un parti politique sur le contenu éditorial des émissions d'informations de la RTBF. L'A.T.A. contestera toujours n'importe quel parti politique qui agira de la sorte, quelque soit le nombre d'électeurs par lequel il est élu.

Au JT de 19H30 de la RTBF, ce 1er octobre 1997, étaient programmés deux reportages qui encensaient sans aucun recul des initiatives industrielles wallonnes. Si le Président Busquin n'avait pas parlé, probablement que ces deux reportages auraient été plutôt diffusés dans l'émission des informations régionales, "Régions soir".

En 1997, Charles de Gaulle sévit toujours à la RTBF...



■ Répertoires est une revue mensuelle fort intéressante, pas uniquement autopromotionnelle, publiée par plusieurs sociétés belges qui défendent les intérêts des créateurs (SACD, SCAM, SGDL). Elle consacre une dizaine de pages de son treizième numéro à une réflexion sur l'élaboration du contrat de gestion de la RTBF. Il est intitulé : "Citoyen, dors en paix !" Il s'agit d'une série de propositions intelligemment énoncées qui, si elles étaient retenues, pourraient réellement transformer la RTBF en outil culturel (au sens large du terme) démocratique. A lire donc.

Répertoires
Rue du Prince Royal, 87
1050 Bruxelles.

■ Le mensuel *Le Monde de l'Education* propose dans son édition de septembre 1997 un dossier d'une trentaine de pages consacré à la télévision (à noter également dans le même numéro : une enquête intéressante sur le circuit des salles de cinéma d'art et essai).

Dominique Wolton y détaille notamment les quatre dérives qui, selon lui, menacent l'avenir de la télévision :

- 1 : la domination de la télévision privée sur la télévision publique,
- 2 : le fait qu'il ne faut pas

confondre liberté de communication et jungle économique car la liberté de communication ne peut exister sans réglementation,

- 3 : la peur de voir les télévisions généralistes supplantées par les chaînes thématiques. Dans ce cas de figure, les gens ne discuteraient plus entre eux des mêmes émissions qu'ils ont vu la veille et un facteur important de communication sociale serait en voie de disparition.

- 4 : les évolutions technologiques ne permettront peut-être plus aux télé-spectateurs de faire la distinction entre la réalité et les images virtuelles.

Aline Pailler, députée européenne, et Claude Michel, professeur de sciences économiques et sociales, expliquent comment de très récentes décisions européennes menacent notre identité audiovisuelle. Un jour prochain peut-être, le droit d'auteur continental pourrait disparaître au profit du copyright américain, ce qui veut dire que les décisions artistiques ne seraient plus prises par les créateurs mais bien par ceux qui financent l'œuvre.

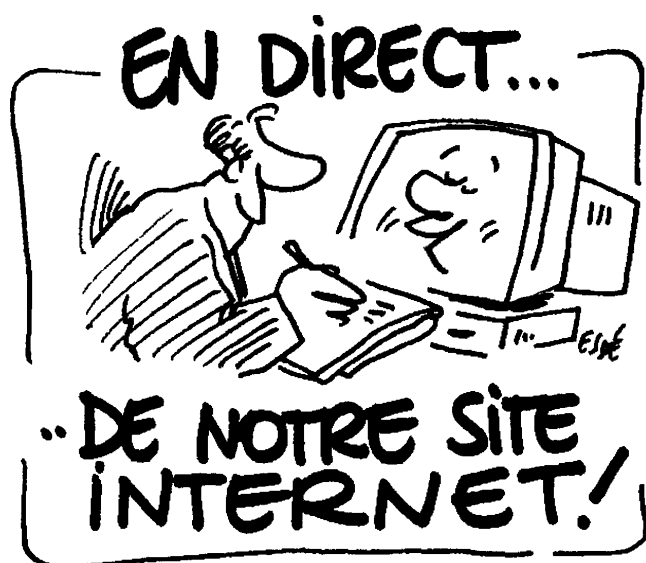
Anne Brunswic détaille concrètement et évalue plusieurs expériences d'éducation aux médias, de quoi donner des idées à certains enseignants ! Le psychanalyste Serge Tisseron entreprend l'analyse des retombées

de notre perception de certaines images, notamment violentes. Le cinéaste Jean-Luc Godard s'invente sa télévision utopique : "...Le conseil des Ministres devrait être, lui aussi, filmé intégralement, en costume, avec plusieurs caméras, sous tous les angles. Il faut que l'on voie si c'est passionnant, ennuyeux ou ridicule, et comment les grandes décisions se prennent..."

Le Monde de l'Education
21 bis, rue Claude Bernard
75005 Paris

■ Le 2 juillet 1997, *Charlie Hebdo*, dans son numéro 263, a publié un supplément amusant et explosif d'une cinquantaine de pages, "La gauche à l'assemblée, la droite à la télé". L'éditorial signé Philippe Val explique avec nombre d'exemples convaincants que la subversion ne pourra exister à la télévision que si celle-ci redonne le temps aux gens de s'exprimer de façon nuancée et non manichéenne. Un autre article intéressant démontre que la télé coûte 442 fois plus chère que l'écrit... L'A.T.A. n'est pas prête à réaliser son émission de télé sur la télé ! Les pratiques du B.V.P., le Bureau de Vérification de la Publicité, sont dénoncées -c'est presque aussi croustillant que ce qui se passe chez nous !- dans un article intitulé "L'ordre des publicitaires que Pétain aurait aimé créer"... Les analyses d'audience sont également désacralisées et de nombreux articles démystifient les têtes connues aux pratiques moins connues du petit écran, de Dorothee à Jacques Martin. Ce dossier propose beaucoup d'informations et de témoignages inédits.

Charlie Hebdo
9 bis, rue Abel-Hovelacque
75013 Paris.



Le site internet de l'A.T.A. devient progressivement la "mémoire" et le centre de documentation de l'association. Bien sûr, on peut le consulter gratuitement, nuit et jour, partout dans le monde. De nombreux correspondants nous y envoient réflexions et critiques. Notre site devient un nouveau lieu de dialogue. Désormais, aux lecteurs du présent mensuel, nous proposerons le meilleur de ces échanges.

Bonne nouvelle : voici une nouvelle adresse plus facile à retenir pour nous atteindre :

<http://ata.qwent.es.be>

LE JT L'A IGNORE !

Par le biais d'un "courrier électronique" laissé sur notre site Internet, Taty Lauwers demande que l'A.T.A. revendique que les médias audiovisuels traitent mieux qu'ils ne l'ont fait jusqu'à présent le prochain vote au Sénat de l'article 342 (et suivants) de la loi anti-mafia qui a déjà été adopté, le 5 juin dernier, par la Chambre.

Certains passages ambigus de ce texte de loi pourraient avoir comme conséquence que Gino Russo, d'Orazio... un membre d'Amnesty international... ou de l'A.T.A.... pourraient être condamnés jusqu'à trois ans de prison ferme ! Peut-être pas aujourd'hui, mais bien le jour où le pouvoir serait extrémiste, comme dans certaines villes françaises dirigées par des mairies Front National...

En effet, des passages très flous de cette loi sur l'appartenance à des groupes qui visent entre autres à détourner le fonctionnement d'autorités publiques ou d'entreprises publiques ou privées permettraient la condamnation de toute personne qui aurait payé sa cotisation de membre à une association qui remet simplement en question le système établi.

RÉPONSE DE L'ATA

Le problème soulevé par notre correspondant est important.

Aux lecteurs qui voudraient en savoir davantage sur le contenu de cette loi sur les organisations criminelles, sur les dangers qui résulteraient de son adoption prochainement par le Sénat et sur la discrétion médiatique qui a entouré son vote par la Chambre au mois de juin dernier, nous conseillons de lire le dossier d'une douzaine de pages "Article 342 - Non à la loi scélérate" qui vient de paraître dans le n°199 (octobre 1997) du mensuel "Alternative Libertaire" (100 FB).

Contact :
Alternative Libertaire
Boite postale 103 - 1050 Ixelles 1
Belgique. Tél. : 02/ 647 98 01.
FAX : 02/ 649 40 46.

Michel Lagasse, dans sa revue de presse du 30 septembre 1997, sur Radio Une (RTBF), a d'ailleurs annoncé la sortie de ce dossier... en omettant d'ailleurs de signaler les reproches à l'égard de la RTBF qu'il contenait !

UNE LETTRE À MICHEL KONEN...

Dans ce dossier, Alternative Libertaire propose des modèles de lettres à envoyer au Président du Sénat, à la presse écrite ainsi qu'à la RTBF.

Voici ce dernier modèle, à envoyer à Michel Konen, Rédacteur en chef de l'information, RTBF, Bd Reyers, 52, 1044 Bruxelles.

"Monsieur le Rédacteur en chef, les personnes qui ont eu la chance de tomber sur les articles 342, 343, 344, 345 de la loi sur les organisations criminelles peuvent à bon droit s'interroger sur le fonctionnement des médias, mais surtout celui de la RTBF, qui reste, on peut l'espérer, un service au public.

Voilà une loi qui abolit la subjectivité pénale du citoyen, criminalise des notions aussi floues que le détournement du fonctionnement d'autorités publiques ou privées et de méthodes aussi peu explicitées qu'intimidation, menace, violence (une tarte à la crème en pleine poire, est-ce une violence criminelle ?), introduit sournoisement le délit politique sous l'appellation d'extrémisme ou d'organisation à caractère terroriste, c'est-à-dire une loi qui menace à peu près tous les citoyens agissant au sein d'associations sociales ou politiques dont aujourd'hui pas une seule ne peut éviter de condamner l'attitude du gouvernement et le rôle des instances publiques dans la gestion de la "crise" : qu'avez-vous fait pour éclairer vos usagers sur les dangers qui les guettent si le Sénat ne se ressaisit pas et entérine le vote des députés ? Qu'avez-vous entrepris, ne fût-ce que pour les informer de la loi et de la polémique qu'elle suscite parmi les quelques privilégiés qui ont pu en prendre connaissance ? Que faut-il penser d'un pays où ce sont des associations sans moyens et sans le sou qui doivent répercuter une information difficilement accessible ?

Faut-il comprendre que non seulement le texte des articles incriminés, la manière dont la loi a été proposée et votée à la Chambre, mais aussi le fonctionnement des médias subventionnés par les deniers publics relèvent déjà d'une logique totalitaire ?

Il est très pénible pour quelqu'un qui a suivi la télévision de service public depuis ses débuts d'assister à ce délabrement professionnel, à cette dégringolade morale qu'illustre si lamentablement un parti pris de silence sur un bouleversement politique essentiel de notre vie politique.

Puis-je espérer que vous n'abandonnez pas votre public à l'ignorance de son devenir politique pendant que le Sénat aura à traiter de ce projet de loi ?

Dans l'attente, je vous prie d'agréer, Monsieur le Rédacteur en chef, l'expression de mes plus vives inquiétudes civiques".

...ET LA RÉPONSE DE CELUI-CI !

C'est à une lettre de ce tonneau-là, envoyée par Chiquet Mawet que, ce 4 septembre 1997, Michel Konen répond en tant que Chef de rédaction du Journal Télévisé de la RTBF :

" Monsieur, j'ai bien reçu votre lettre du 2 septembre 1997. Elle a retenu toute mon attention.

Le ton que vous utilisez ainsi que les insinuations insultantes qu'elle contient me déçoivent.

C'est pourquoi je préfère n'en retenir que le sujet que vous abordez, qui est réel et qui, en effet, est passé inaperçu en juin. Nous ne l'avons pas su, pas plus que les autres médias d'ailleurs.

Si cela peut vous rassurer, nous avons, bien avant votre lettre, prévu de traiter le sujet lors du passage du texte au Sénat.

Je vous remercie néanmoins de l'attention que vous portez à nos programmes et de la peine que vous prenez à nous signaler les problèmes importants que vous voudriez nous voir traiter.

Je vous prie de croire, Monsieur, en mes sentiments les meilleurs".

REMARQUES DE L'A.T.A.

Deux bons points pour Michel Konen : il répond rapidement et, sans langue de bois, il reconnaît la lacune du JT.

Mais... deux mauvais points également pour Michel Konen !

A quoi cela sert-il de signaler que les autres médias ont agi de même que le JT de la RTBF ? D'abord, c'est faux puisque Solidaire, Le Vif L'Express, La Wallonie (bien tard), Le Soir ou Télémoustique en ont parlé. Ensuite, cette réponse met sur le même pied les différents médias alors que la RTBF voit 75% de ses frais financés par la dotation (les aides de l'Etat à la presse écrite sont largement inférieures) et donc le Service Public, de ce fait, devrait encore davantage être à l'affût de ce type d'informations pour ses usagers. Enfin, la réponse "les autres ont aussi péché" ne résout et n'absout jamais rien et donc est inutile, surtout sous la plume d'un éminent représentant du Service Public.

Michel Konen considère que les propos de Chiquet Mawet contiennent des insinuations insultantes. Ce constat l'attriste... et lui permet surtout d'éviter de répondre... Or, il

(SUITE EN PAGE 6)

nous semble que Chiquet Mawet pose, à sa façon, le vrai débat que plein de citoyens voudraient avoir avec les représentants de la RTBF. Pourquoi l'éviter ? Même de nombreux journalistes qui travaillent à la RTBF nous expriment, sous le couvert de la confidentialité, le pessimisme que provoquent chez eux la dérégulation progressive du fonctionnement du service de l'information de la RTBF. Récemment, l'un d'entre eux nous faisait le constat pas intéressant que, contrairement à autrefois, les jeunes journalistes n'étaient plus vraiment formés, à leur arrivée, par les membres les plus expérimentés de la rédaction. Il faut également constater que nos universités forment de moins en moins souvent l'esprit critique et d'investigation des futurs journalistes. La période actuelle où sévit le chômage oriente leur formation : comment gagner vite fait, bien fait, sa vie... et vive la sécurité de l'emploi ! Mais l'information n'est pas un produit comme les autres... et il faut prendre des risques au quotidien pour réellement informer. Voilà quelques vraies questions auxquelles il faudrait répondre publiquement pour éviter que les... erreurs... ne se reproduisent et/ou se multiplient !

Il faudra bien, un jour, trouver une solution. Non ?

Autres réponses

1/ UNE JOURNÉE SANS TÉLÉ

Un autre Internaute souhaite mettre en place en Communauté Française de Belgique une "journée sans télé". Pareille initiative se déroule déjà en France. Ceux et celles qui voudraient collaborer à ce projet peuvent nous laisser leurs coordonnées.

Les 18 et 19 octobre 1997, l'hebdomadaire français Télérama organise en France un jeune télévisuel de 48 heures. Il ne s'agit pas de condamner la télé mais plutôt d'un jeu "où l'on se laverait les yeux, l'espace d'un week-end, pour mieux regarder la télé le reste de l'année...".

Il y a une dizaine d'années, Télérama avait déjà organisé une initiative assez analogue. Quinze volontaires avaient été privés de télévision pendant un mois. L'hebdomadaire avait enquêté sur cette expérience et Antenne 2 avait réalisé un documentaire.

Télérama vient de mener une enquête sur l'amour-haine de la télé par ses usagers. Plus on est âgé ou pauvre, moins on a fait d'études, et plus on est esclave du petit écran. Aujourd'hui, 82% des sondés -contre 76%, il y a huit ans- se déclarent

accoutumés...

L'hebdomadaire cathodique et catholique publiera des témoignages de ses lecteurs, dans son numéro daté du 11 octobre 1997, et de spécialistes, dans son numéro du 18 octobre 1997 (Télérama est en vente dans les "bonnes" librairies belges. Nouvelle adresse : 36, rue de Naples, 75378 Paris Cedex 08 - France).

Du 24 au 30 avril 1997, s'est déroulée une autre initiative : "Une semaine sans télévision". Elle était organisée par "le Publiphobe" (revue trimestrielle anti-publicitaire, c/o Yvan Gradis, 56 Bis, rue Escudier, 92100 Boulogne - France) et le Réseau pour l'Abolition de la Télévision (145, rue Amelot 75011 Paris). Il s'agit là d'une initiative beaucoup plus énergique d'opposition au petit écran. RAT, de tendance anarchiste, publie également une revue trimestrielle "Brisons nos chaînes". Cette semaine d'opposition à la télévision, qui devrait devenir annuelle, a été créée au Canada sous le vocable "TV Turnoff Week" par l'association "The Media Foudation" (1243 West 7th Avenue, Vancouver, B.C. Canada V6H 1B7).

L'A.T.A., quant à elle, peut conseiller aux usagers d'éteindre quelques jours leur poste. Elle déconseille l'accoutumance ou la surconsommation... mais l'A.T.A. croit surtout que la bataille principale à mener n'est pas la suppression de la télévision mais bien une amélioration de son fonctionnement sous la pression constante de ses usagers.

2/ GÉNÉRIQUES EN ACCÉLÉRÉ

L'A.T.A. a convaincu la RTBF Liège de ne plus couper le générique de fin des films de l'Ecran Témoin. A ce sujet, un correspondant nous signale que la BRTN commet toujours le même larcin... et nous propose une nouvelle bataille : demander à TF1 qu'elle arrête de diffuser les génériques des films... en accéléré !

Signalons à notre correspondant que durant cet été 1997, TF1 a inventé une nouvelle stratégie anti-zapping.

Dans sa soirée "1, 2, 3 : Séries", lorsque le générique de fin d'un premier feuilleton défile, l'écran se divise en deux. Sur sa partie droite démarre le feuilleton suivant pendant que, sur la moitié gauche de l'écran, s'achève le générique du premier. Le public n'a donc plus matériellement le temps de zapper.

Après quelques minutes, le public est captivité par le deuxième feuilleton. TF1 est certaine qu'il a envie de connaître la suite... c'est à ce moment-là qu'elle place sa pause publicitaire...

A Mons et à Bruxelles : L'A.T.A.... ET FABIENNE VAN DE MEERSCHE !

Professeurs, parents, animateurs d'un mouvement de jeunesse... ou, tout simplement, citoyens-télespectateurs actifs : apprenez à décoder la télé pour vous-mêmes et votre entourage.

La séance dure trois heures. Durant la première heure, l'Association des Télespectateurs Actifs vous propose plein d'exemples récents de dérégulations de la RTBF et de RTL TVi. Durant les deux heures suivantes, l'assemblée se divise en sous-groupes qui travaillent sur cette matière première. Ce module se déroulera à Mons, le 19 novembre à 13H30 et à Bruxelles, le 26 novembre à 13H30. L'entrée est gratuite.

Une seconde séance permettra à Fabienne Van de Meersche, présentatrice du JT, d'analyser le Journal Télévisé de la RTBF, à Mons le 7 janvier et à Bruxelles le 21 janvier.

L'inscription à ces Ateliers du Mercredi est obligatoire : Plurielles, Véronique Gengler, Université de Mons-Hainaut, Place du Parc, 18 - 7000 Mons. Tél. : 065/ 37 31 88.



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

Paula Bouchez,
Marie-Louise Diovisalvi,
Nathalie Dunkelmann,
Benoit Goossens,
Véronique Hariga,
Bernard Hennebert,
Gloria Kellner
Gilles Lenoble,
Nicole Mertens,
Pierre Ravach,
Patrick Sénéart.

Les illustrations sont réalisées par Esdé.

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

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

COMMENT DEVIENT-ON MEMBRE ?

L'A.T.A. n'est pas subsidiée. Ses activités sont financées par ses membres. "Comment Télé-Zvous ?" 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-Zvous ?"... 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://ata.qwent.es.be>

DOSSIER

JT JUNIOR QUOTIDIEN

Une enquête coordonnée par Gloria Kellner,
avec la collaboration de Marie-Louise Diovisalvi, Nathalie Dunkelman,
Benoit Goossens, Bernard Hennebert, Pierre Ravach et Patrick Sénéclart.

La polémique est souvent plus attractive. Voilà peut-être pourquoi certains se souviennent davantage des pressions menées par l'Association des Téléspectateurs Actifs plutôt que de son travail de propositions de changement.

Non ! Nous ne faisons pas "que" critiquer ! Par exemple, certaines de nos propositions viennent d'être retenues par les parlementaires qui ont voté, cet été, le nouveau statut de la RTBF et la refonte du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel.

D'autres demandes ne sont pas encore satisfaites... et nous continuerons à frapper sur le clou : l'adoption du PDC par la RTBF et RTL TVI, "dater" les émissions, l'adaptation à notre paysage audiovisuel de la signalétique antiviolence qui a fait ses preuves depuis près d'un an en France, etc.

Dans le présent dossier, nous allons aborder une nouvelle demande. Nous en ferons le suivi, mois après mois.

Dès à présent, nous tenons à signaler à tout ceux que cette nouvelle revendication ne laisse pas indifférent qu'il est utile de la soute-

nir. Qui que vous soyez, écrivez-nous et témoignez sans tarder : A.T.A., rue Américaine, 106 à 1050 Bruxelles.

Les tragiques événements de l'été 1996, l'Année Blanche et l'évolution qui s'en est suivie dans la relation des faits-divers dans les émissions d'information ont convaincu l'A.T.A. de traiter en urgence la demande à la RTBF de créer un journal télévisé quotidien pour les enfants.

Depuis plusieurs mois, nous avons préparé le présent dossier pour étayer cette revendication.

• 1 : Nous avons, avec nos moyens limités mais avec beaucoup d'enthousiasme, enquêté auprès de plus de deux cents enfants.

• 2 : Puisque la RTBF avait naguère déjà programmé un journal télévisé pour les enfants, nous avons tenté de tirer les enseignements de cette expérience en interviewant la journaliste qui était l'âme de cette initiative, Françoise Wallemacq.

• 3 : Nous avons également visionné des extraits de cette émission et nous avons découvert que ces JT pour enfants menèrent un travail d'investigation et avaient un ton... que l'on ne retrouve plus toujours dans les JT d'aujourd'hui destinés aux adultes !

• 4 : Nous avons regardé ce qui se passe à l'étranger : de nombreuses initiatives existent ou se mettent en

place et peuvent nourrir la réflexion sur ce qu'il conviendrait de réaliser chez nous.

• 5 : Enfin, l'A.T.A. n'a pas envie, grâce à ce beau projet, de jeter les enfants dans la gueule du loup publicitaire... Il nous semble capital qu'un journal télévisé quotidien pour les enfants ne soit ni truffé, ni entouré de publicité ou de sponsoring.

Hélas, la réglementation, dans ce domaine, est beaucoup plus laxiste dans la partie francophone que dans la partie flamande du pays... Nous avons donc également décidé de faire le point, dans le présent dossier, sur la réglementation publicitaire vis-à-vis des émissions qui s'adressent aux mineurs.

Nous espérons que la Direction de la RTBF estimera que le présent dossier constitue une collaboration positive entreprise par quelques usagers à la recherche d'un mieux disant télévisuel et qu'elle ne le classera pas dans un rayonnement poussiéreux.

C'est un peu comme les grands travaux des Chefs d'Etat... Après le JT de la mi-journée couvé par feu Jean-Louis Stalport, espérons que l'on pourra citer la renaissance d'un journal télévisé quotidien pour les enfants, sous l'égide de Christian Druite ! A la demande d'usagers de la RTBF.



ET SI ON PRENAIT LES GOSSÉS AU SÉRIEUX ?

C'est une proposition qu'avait avancé Mr Lovérius lors de la journée "violence et télévision" du 19 novembre 1996 : la mise en place d'un débat régulier avec les parents et les enfants ou la réalisation d'un journal télévisé pour les enfants.

Voilà qui n'est pas tombé dans l'oreille d'un sourd : l'ATA a attrapé l'idée, l'a secoué dans tous les sens... car l'idée d'une émission qui responsabiliserait sans dramatisation n'a pu

que nous séduire. Voilà comment nous l'imaginions... Françoise Wallemacq (1), qui présentait voici quelques années les Noubananeews de la RTBF, nous a de plus donné son avis sur le sujet.

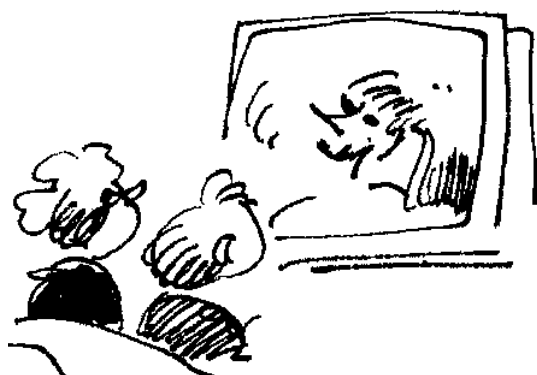
Aujourd'hui, le journal télévisé "des grands" fait partie de la vie familiale et quotidienne : il est à la fois "toile de fonds" et acteur présent dans maints repas du soir.

Si les parents décident de s'informer, leur enfant en revanche ingère quant à lui nombres d'images auxquelles il n'a pas choisi d'être soumis et qui ne lui sont de toute façon pas destinées. Et qui peuvent générer un

stress inapproprié à l'enfant, puisqu'il voit des images violentes présentées dans un contexte qu'il ne comprend souvent pas. Ceci en toute logique : le journal télévisé n'est pas mis en forme afin d'être regardé par des enfants.

L'ATA s'est penché sur le problème, motivée notamment par les faits traumatisants pour les enfants qu'a connus la Belgique en août 96. Elle s'est demandé si le journal télévisé que Mr Lovérius avait proposé n'est pas devenu impératif, et ce afin de permettre à l'enfant de mieux gérer l'angoisse qui peut surgir de ce qu'il aperçoit du monde par la petite

(SUITE EN PAGE 11)



JT Junior quotidien

ENQUÊTE

L'Association des Téléspectateurs Actifs a réalisé au mois de juin 1997 une enquête auprès de 228 enfants âgés de 5 à 12 ans de l'Ecole La Source à Evere (Bruxelles).

Il s'agit, bien sûr, d'une première approche non exhaustive, ayant comme principal objectif de se rendre compte de ce que ces enfants pensaient du JT pour adultes et de la possibilité de créer un JT qui leur soit propre.

Les élèves interrogés sont divisés par tranches d'âge :
5 à 8 ans (90 enfants), 8 à 10 ans (68 enfants) et 10 à 12 ans (70 enfants).

1/ Regardes-tu le journal télévisé des adultes ?

	5/8 ans	8/10 ans	10/12 ans
Oui.....	62 %	87 %	89 %
Non.....	33 %	13 %	10 %
Pas de réponse.....	5 %	0 %	1 %

2/ Lorsque tu le regardes, est-ce en compagnie de tes parents ou de quelqu'un d'autre ?

	5/8 ans	8/10 ans	10/12 ans
Seul.....	13 %	18 %	14 %
Avec mes parents.....	42 %	71 %	70 %
Avec des amis.....	0 %	4 %	3 %
Avec quelqu'un d'autre.....	20 %	3 %	7 %
Pas de réponse.....	25 %	4 %	6 %

3/ Le trouves-tu trop violent ?

	5/8 ans	8/10 ans	10/12 ans
Oui.....	64 %	28 %	48 %
Non.....	18 %	65 %	46 %
Pas de réponse.....	18 %	7 %	6 %

4/ Si oui, est-ce que cette violence te choque ?

	5/8 ans	8/10 ans	10/12 ans
Oui.....	70 %	22 %	37 %
Non.....	6 %	38 %	32 %
Pas de réponse.....	24 %	40 %	31 %

Pourquoi te choque-t-elle ?

5/8 ans

- La violence c'est pas beau à voir ! - Il y a trop d'images de guerre, de sangs, trop de morts, de massacres, des policiers, des armes, des soldats - Cela fait peur et donne des idées aux plus jeunes (bagarres)
- On a peur de mourir jeune - C'est triste de voir comment agissent les adultes
- Et si ça nous arrivait ? Ou à nos frères et sœurs ? (NDLR : Allusions aux disparitions d'enfants)

8/10 ans

- Parce que c'est pas bien - Il y a trop d'accidents, trop de morts - Ça me fait peur
- Il y a parfois des gens qui se battent ou se tuent - Il y a la guerre sans fin
- Je vois des choses horribles comme un monsieur qui habitait à Liège a violé sa fille de 8 ans
- On y voit des corps - Parce que j'ai peur que la réalité tombe sur moi - On parle de viol tout le temps

10/12 ans

- Avec Marc Dutroux et tout ce qu'il a fait aux enfants - Car on y voit des morts, des incendies, des mourants...
- Car nous vivons dans le calme et on nous montre une violence très forte - Avec tout ce que j'entends, j'ai un peu peur - Quand on voit des Zairois par terre en train de mourir - Parce que on y voit souvent des corps plein de sang, la guerre... - Car ils montrent des images parfois que les enfants ne peuvent pas voir
- Parce que c'est triste et dégoûtant - Car on voit des personnes mourir quelques fois dans des reportages
- Parce que dans les pays étrangers ils montrent la guerre qui tue les habitants - Ils montrent des images qu'on n'a pas besoin de voir - Les viols d'enfants je trouve que c'est dégueulasse et ça me choque
- Je trouve qu'il y a trop de malheurs dans le monde - Parce qu'il y a des images qui ne devraient pas passer à la TV.

5/ Trouves-tu que le journal télévisé est facile à comprendre ?

	5/8 ans	8/10 ans	10/12 ans
Oui.....	21 %	10 %	13 %
Non.....	21 %	10 %	2 %
Pas toujours.....	41 %	78 %	84 %
Pas de réponse.....	17 %	2 %	1 %

6/ Penses-tu qu'un JT spécialement conçu pour les enfants t'aiderait à mieux comprendre l'actualité ?

	5/8 ans	8/10 ans	10/12 ans
Oui	98 %	74 %	93 %
Non	2 %	23 %	7 %
Pas de réponse	0 %	3 %	0 %

7/ Est-ce que cela te plairait qu'il en existe un ?

	5/8 ans	8/10 ans	10/12 ans
Oui	96 %	93 %	89 %
Non	4 %	7 %	7 %
Pas de réponse	0 %	0 %	4 %

8/ Qu'aimerais-tu voir dans un journal télévisé pour les enfants ?

**Propositions du questionnaire :
(plusieurs propositions possibles par enfant)**

	5/8 ans	8/10 ans	10/12 ans	
- De l'actualité.....	26	38	41	105
- La météo	81	41	35	157
- Des histoires qui expliquent le pourquoi et le comment de ce qu'il y a dans le monde	75	35	48	158
- Des présentations de livres.....	78	27	24	129
- Des invités, comme par exemple des personnalités du monde du spectacle pour les enfants	69	44	43	156

Propositions faites par les enfants :

5/8 ans

- Les animaux - La nature - Le corps humain - Les inventions - L'espace.

8/10 ans

- Les animaux - La nature - Le sport - Les inventions - La météo - La pollution - Les incendies - La guerre au Congo
- La guerre au Maroc - Les dessins animés - Les ingénieurs qui sculptent le bois et construisent - La pédophilie
- La vérité - La paix - Les émissions de la télé - La justice.

10/12 ans

- Julie et Melissa - Les enfants kidnappés - L'école - Les animaux - Les enfants du monde entier - Les Spice Girls
- Les 3 T - Les accidents - Les nouveaux films à voir - Les chanteurs - Les sport - L'Angleterre
- Des bonnes nouvelles - Les jeux - L'histoire - La vie - Les nouveautés pour les enfants - La bande-dessinée
- La musique - Les hold-up.



9/ Voudrais-tu qu'il soit intégré dans une émission pour les enfants ou séparé, avec son propre générique, son propre présentateur... ?

	5/8 ans	8/10 ans	10/12 ans
Intégré	48 %	50 %	31 %
Séparé.....	51 %	49 %	59 %
Pas de réponse	1 %	1 %	10 %

10/ Aimerais-tu qu'il soit présenté par

	5/8 ans	8/10 ans	10/12 ans
Une vraie personne ?	26 %	35 %	46 %
Une marionnette ?	19 %	21 %	7 %
Un petit bonhomme en dessins-animés ?	31 %	38 %	37 %
Pas de réponse	24 %	6 %	10 %

11/ A quelle heure voudrais-tu qu'il soit présenté ?

	5/8 ans	8/10 ans	10/12 ans
16H.....	5 %	13 %	4 %
16H30	0 %	1 %	4 %
17H.....	35 %	19 %	13 %
17H30	1 %	1 %	12 %
18H.....	31 %	16 %	30 %
18H30	5 %	24 %	20 %
19H.....	3 %	5 %	10 %
19H30	0 %	0 %	3 %
20H.....	1 %	5 %	1 %
20H30	0 %	1 %	1 %
22H.....	0 %	0 %	1 %
Pas de réponse	19 %	15 %	1 %

12/ Quelle est ton émission (pour enfants) préférée ?

	5/8 ans	8/10 ans	10/12 ans
Bla-Bla (RTBF)	70	8	1
Dragon Ball Z (Club RTL).....	29	8	6
Club Dorothée (TF1)	24	5	2
Tintin (France 3).....	24		
Des dessins-animés japonais	6		
La Tulipe Noire (ARTE)	3		
Intervilles (TF1)	2		
Les feuilletons d'AB production (Club RTL/TF1)	1		
L'Or à l'Appel (TF1)	1	2	6
Les Minikeums (France 3)		10	2
Les Simpson (Club RTL)		4	19
Hélène et les Garçons (Club RTL/TF1).....		2	
Aladdin (Club RTL/TF1)		2	
Salut les Toons (TF1)		1	
Sailor Moon (Club RTL/TF1)	1	1	
Les quatre filles du docteur March		1	
Sous le soleil (TF1)		1	
Les enfants de la télé (TF1).....		1	
BCBG		1	
C'est pas sorcier (France 3).....		1	1
World Sport (CNN)			3
Sitcoms.....			3
Chambard (RTL TVi)			2
Football (Eurosport)			2
Mc Gyver (RTL TVi)			2
JT (RTL TVi)			1
VIP (VT4).....			1
Disney Club (TF1)			1
Beverly Hills 90210 (RTBF/TF1).....			1

13/ Quelle est l'émission (pour enfants) que tu aimes le moins ?

	5/8 ans	8/10 ans	10/12 ans
Dragon Ball Z (Club RTL).....	29	4	11
Chambard (RTL TVi).....	22		
Dessins-animés japonais	12		
Films d'horreurs	7		
Intervilles (TF1)	6		
Bla-Bla (RTBF).....	5	6	6
Power Rangers (Club RTL/TF1).....	5	1	2
Hélène et les Garçons (Club RTL/TF1).....	1	3	1
Sailor Moon (Club RTL/TF1)	1	1	1
Club Dorothée (TF1).....		11	6
Les Simpson (Club RTL).....		2	1
L'Or à l'Appel (TF1).....		2	
Mon Ami Ben		1	
Premier Baiser (Club RTL/TF1).....		1	1
Aladdin (Club RTL/TF1)		1	
L'Île au Trésor		1	
Chambard (RTL TVi)			6
Salut les Toons (TF1)		1	1
BCBG.....			3
JT (RTL TVi)			2
Candy (Club RTL)			2
JT (RTBF).....			1
Le Jardin Extraordinaire (RTBF).....			1
La Main à la Patte (RTL TVi)			1
Allo Allo (VT4)			1
Disney Parade (TF1)			1
La Roue de la Fortune (TF1)			1
Dallas (RTL TVi/TF1)			1
Alf (Club RTL)			1

14/ Discutes-tu à la récréation de tes émissions préférées avec tes amis ?

	5/8 ans	8/10 ans	10/12 ans
Oui	62 %	56 %	71 %
Non.....	35 %	43 %	29 %
Pas de réponse	3 %	1 %	0 %

15/ Parles-tu avec eux de ce que tu as vu dans le journal télévisé des grands ?

	5/8 ans	8/10 ans	10/12 ans
Oui.....	19 %	46 %	44 %
Non.....	56 %	51 %	52 %
Pas de réponse	25 %	3 %	4 %

16/ Je regarde à peu près heures par jour la télévision.

	5/8 ans	8/10 ans	10/12 ans
Moins de 1H	21 %	9 %	7 %
1H	7 %	30 %	21 %
2H.....	49 %	22 %	26 %
3H.....	10 %	10 %	19 %
Plus de 3H.....	4 %	25 %	23 %
Pas de réponse	9 %	4 %	4 %

lucarne. En effet : n'a-t-on pas moins peur de ce que l'on comprend, de ce que l'on "maîtrise" ? Si, de plus, on sait que 90% des enfants qui regardent les émissions pour adultes n'y comprennent pas tout mais que trois quarts d'entre eux continuent tout de même à les regarder, il y a lieu de s'alarmer... et de réagir !

Un petit JT quotidien, qui donnerait à l'enfant un accès à une information adaptée, ajustée, remaniée et surtout dédramatisée, lui permettrait de mieux s'armer contre une violence omniprésente et surtout de s'offrir le luxe de mieux appréhender le monde dans lequel il vit.

L'idée d'un JT pour enfants n'est pourtant pas nouvelle : les formules d'émissions informatives pour les enfants voient le jour en 1972. Ce sont les pays scandinaves qui ont lancé ce type de programmes, suivis par la Grande-Bretagne, les Pays Bas, la France et la Belgique. Certains de ces JT constituent une émission à part entière et sont alors supervisés par le département information de la chaîne, tandis que d'autres sont intégrés dans une émission enfantine et sont alors produits par le service "jeunesse". Ce fut le cas de Noubanews, actualités pour les enfants intervenant au cours de l'émission Noubanouba qui eut son heure de gloire auprès des têtes blondes de 1985 à 1989.

Françoise Wallemacq lança les Noubanews en 1986. Elle est, au départ, engagée pour réaliser une sorte de magazine enfantin au sein de Noubanouba. Elle écrit de même à l'époque dans Le Ligeur, qui donne naissance alors au Petit Ligeur. Et voyant ce nouveau bébé, elle se dit "pourquoi ne pas faire la même chose en T.V. ?"

Elle explique : «Il y avait des réticences ici parce qu'on disait que pour les enfants, les infos, ce n'était pas de leur âge. Alors, j'ai commencé tout doucement avec des sujets qui intéressaient l'enfant, comme par exemple les droits des enfants. Puis, j'ai commencé à faire vraiment un journal pour les enfants en utilisant les images du JT.

Je commentais moi-même les images, je me servais aussi des archives, j'avais accès à tout, toutes les images de la RTBF».

Et Françoise va, effectivement, non seulement présenter les Noubanews, mais également en écrire les textes, en choisir les images et leurs commentaires, trouver des sujets toujours aussi intéressants pour son jeune public. Assistée d'un stagiaire, ils tournent dans les décors de Noubanouba leur petit journal fait, selon l'expression de Françoise Wallemacq "avec des bouts de ficelle". Un jour de tournage par semaine, des sujets tantôt par, tantôt sur les enfants : la formule avait son succès, au vu des nombreuses lettres reçues par Françoise.

L'idée d'un journal quotidien pour les enfants que nous lui avons exposé lui a beaucoup plu. Parce que, dit-elle : «Les enfants doivent être pris au sérieux, valorisés, tout simplement pris en compte (...) Aujourd'hui, l'enfant n'est pas considéré comme un acteur dans la démocratie puisqu'il n'est pas un électeur potentiel».

Et dieu sait que Françoise Wallemacq met là le doigt sur un point délicat, celui de l'éducation à la citoyenneté. Puisque l'enfant est un acteur du monde de demain, nous, adultes, nous devons de lui offrir le plus d'outils possibles -et les meilleurs- pour lui permettre d'acquérir un regard critique sur la société présente ou future, une attitude concernée par les événements lointains ou proches, susceptibles ou non d'altérer son quotidien.

Pourquoi, au travers d'un JT, de leur JT, ne pas rendre les enfants fiers de connaître, de savoir ? C'est ce que propose Françoise Wallemacq : «Ils seraient fiers et habitués à suivre l'information en tant que quelque chose qui les concerne, et en tant que jeunes adultes ils seraient plus incités à regarder les informations téléés et les journaux et à être considérés comme des gens importants. Ce n'est pas seulement les considérer comme des jeunes adultes, c'est aussi estimer qu'ils ont le droit et l'envie de comprendre ce qui se passe».

Fi donc du discours "préservons l'enfance" ? Elle reprend : «Mais de toute façon, les enfants ne sont pas préservés. Ils entendent tout, ils baignent là-dedans (la violence). Donc, même si on les préserve le plus possible, ils en parlent à la récré avec leurs copains. Alors autant leur donner les moyens de tout comprendre et donc apprendre à piger par eux-mêmes. La difficulté, c'est de ne pas être manichéen, de ne pas dire "voilà le méchant, le mauvais"... En fait, la difficulté, c'est de rester complexe et nuancé».

A l'époque des Noubanews, Françoise Wallemacq travaillait en collaboration avec Actual Quarto, un journal destiné aux enfants et ados qui reprend les articles de presse en expliquant les mots compliqués. Si la télé donne aux enfants une ouverture sur le monde, peut-être pourrait-elle également, en rapport avec un JT Junior, leur donner envie d'aller se documenter davantage dans des revues (et pourquoi donc ne pas envisager une collaboration avec une agence de presse : les enfants adorent la presse qui leur est spécialement destinée), des encyclopédies, des livres mais aussi des musées, des jardins... : un peu comme s'ils s'étaient assis à leur table d'ordinateur dont une icône pourrait leur donner plein de pistes à explorer... Des journaux tels Le Petit Ligeur ou Le Journal des Enfants pourraient constituer d'excellents partenaires rédactionnels d'un JT de ce type.

Et puis, si l'on prend les enfants au sérieux, alors il faut le faire... avec sérieux. Et les laisser en dehors des pièges de la publicité : pas de sponsoring, pas de contenus publicitaires et ce pour rester fidèle à l'esprit du Bla-Bla "RTBFien" qui a fait de «les enfants, ne regardez pas la pub !» son cheval de bataille. Et ceci, que ce JT Junior soit réalisé par le service public ou par la chaîne commerciale.

(1) Françoise Wallemacq a obtenu au mois de mars 1997 la "Mention spéciale du Prix de la Presse" de l'Association mondiale des amis de l'enfance (Amade) pour un reportage consacré à l'action de l'UNICEF au Sénégal pour sortir les enfants Talibés de la mendicité, sujet diffusé en décembre 1996 dans l'émission Midi Première de la RTBF.



A l'époque des Noubanews, Françoise Wallemacq utilisait un langage qui pourrait aujourd'hui nous faire sourire et surtout nous paraître "télévisuellement incorrect". Voici deux petites perles qui figurèrent dans ce petit journal de choc :

Françoise Wallemacq explique, à l'occasion du procès de Klaus Barbie, qui était le personnage et comment il échappa longtemps aux foudres de la justice en se réfugiant en Amérique du Sud : «Après la guerre, les Américains l'ont aidé à quitter l'Europe en échange d'informations sur l'organisation nazie». Un texte direct, sans ambiguïté : les choses sont dites... clairement !

De même, lors de l'explication de ce qu'est une chaîne de télévision privée : «Ces chaînes privées appartiennent à des hommes d'affaire, qui espèrent gagner de l'argent grâce à la télé (...) et ce qui rapporte le plus, c'est la publicité. Les chaînes privées passent donc des publicités le plus souvent possible. (...) Donc, pour atteindre le public, les chaînes privées vont essayer d'avoir les stars du petit écran. Elles vont faire des émissions qui font rire, qui délassent, pas trop compliquées à suivre et surtout qui ne dérangent pas les idées toutes faites». Dans les Noubanews, Françoise Wallemacq parlait aux enfants, avec un langage d'enfants, et la vérité sortait de sa bouche comme de la leur.

Petits JT d'ailleurs

NEWSROUND

• Sur la BBC 1, depuis 1974, existe Newsround, émission d'actualité intégrée dans Children's BBC. Ce journal dure environ dix minutes et aborde les nouvelles fraîches du moment dans une mise en forme assez rythmée, destinée sans doute aux plus âgés des jeunes spectateurs du programme.

logo

• En Allemagne, c'est LOGO qui informe les enfants : il comporte un sujet d'actualité et deux autres, plus généraux, tels par exemple, la fabrication des jus d'orange ou le remorquage d'un avion jusqu'au musée censé l'accueillir en dernière demeure. A la fin de l'émission, un mini-bulletin météo annonce les températures prévues sous la houlette d'images d'animaux parlants pour l'occasion. Actualité et météo donnent à l'ensemble une image de véritable JT.

• En France, la chaîne câblée Canal J propose désormais un journal télévisé pour enfants de huit minutes, présenté quotidiennement à 19H50, sur le modèle du Newsround britannique : c'est le "JTJ". Il propose chaque soir deux sujets puisés dans la banque d'images de l'agence Reuter et un troisième, réalisé par une équipe de Canal J, qui traite des problèmes spécifiques aux enfants de huit à douze ans, tel, par exemple, le racket à l'école.

Mineurs et publicité

L'enfant est, à la fois, un acheteur et un prescripteur d'achat influençable et influent.

Les publicitaires, producteurs et autres, protégés en partie par la Convention européenne de sauvegarde des droits de l'homme et des libertés fondamentales qui garantit la libre communication des messages publicitaires radiotélévisés, font tout pour séduire ce consommateur sans défense, ni expérience. Les émissions pour enfants en sont la preuve, elles sont encore trop souvent envahies par les publicités déguisées ou non à destination de ces jeunes étiquetés comme consommateurs.

Ce qui suit est un résumé, non exhaustif, de la législation de la Communauté française applicable en matière de publicité télévisée destinée aux enfants. Il est, en grande partie, extrait d'un texte de Simon-Pierre De Coster (1) intitulé "La publicité radiotélévisée et la protection des mineurs en Communauté française de Belgique", paru dans Auteurs et Média en octobre 1996 (pages 230 à 239).

UNION EUROPÉENNE...

La diffusion de la publicité télévisuelle fait partie principalement des compétences des Communautés. Mais ces dernières sont limitées par les règles de l'Union européenne et notamment par la directive de 1989 appelée "Télévision sans frontière".

Celle-ci impose aux Etats membres de protéger les mineurs de tout programme susceptible de nuire gravement à l'épanouissement physique ou mental de ceux-ci. En Belgique, le terme de mineur est défini juridiquement comme une personne de moins de 18 ans, alors qu'aucune définition n'existe pour des termes comme adolescent, jeune ou enfant. Trois règles particulières y figurent :

1/ La publicité ne peut porter préjudice moral ou physique aux mineurs soit en exploitant leur inexpérience pour les inciter à l'achat d'un produit, en les incitant à persuader un tiers d'acheter un produit, en exploitant la

confiance qu'ils ont dans, entre autres, leurs parents ou encore en les présentant, sans nécessité, en situation dangereuse.

2/ La publicité télévisuelle pour les boissons alcoolisées ne peut être adressée aux mineurs, ni les présenter consommant ces boissons.

3/ Les émissions pour enfants d'une durée inférieure à 30 minutes ne peuvent être interrompues par de la publicité.

...ET COMMUNAUTÉ FRANÇAISE

La Communauté française a étendu dans sa législation le cadre juridique européen, et notamment :

- en étendant le champ des restrictions et interdictions aussi bien à la publicité commerciale qu'à la publicité non-commerciale, au parrainage et au télé-achat;
- en demandant à la RTBF, en cas de publicité télévisuelle pour des confiseries ou friandises contenant du sucre, d'ajouter un insert illustré par une brosse à dent;
- en interdisant à la RTBF de diffuser de la publicité pour des jouets imitant les armes à feu ou susceptible d'induire des comportements violents racistes et xénophobes;
- en interdisant aux services à caractère sexuel de s'adresser à des mineurs ou ne soient proposés par des mineurs.

La présence d'enfants est autorisée dans les messages publicitaires mais selon certaines conditions régissant l'utilisation de l'image ou de la voix et le respect de la législation relative au travail des enfants.

La législation interdit aussi :

- l'insertion de publicité dans les programmes pour enfants d'une durée

de moins de 30 minutes, mais autorise les coupures publicitaires si la durée est supérieure et impose un respect d'un intervalle d'au moins 20 minutes entre chaque coupure.

- le parrainage des émissions pour enfants de la RTBF et des télévisions locales et communautaires.

LA FLANDRE PLUS STRICTE

En Communauté flamande, il est interdit d'insérer des messages publicitaires dans les programmes et éléments de programmes destinés aux enfants. De plus, aucun message publicitaire ne peut être diffusé dans l'environnement immédiat des programmes destinés aux enfants. Le dispositif est violé par les chaînes privées.

CONTRÔLE ET SANCTION

Bien que l'Exécutif puisse suspendre ou retirer les autorisations d'insérer de la publicité commerciale ou même, punir d'une amende, jusqu'à présent, cela n'a jamais été fait. De plus, actuellement, aucun contrôle concret n'est encore opérationnel.

Le collège de la publicité du nouveau CSA qui en cours de constitution va rédiger un code d'éthique publicitaire, donnera son avis sur tout manquement à celui-ci et fera rapport sur les indices d'infractions aux lois, décrets et règlements en matière de publicité télévisée. Ce collège devra faire ses preuves. L'A.T.A. y sera attentive.

(1) Simon-Pierre De Coster est conseiller juridique au cabinet de l'Administrateur Général de la RTBF et professeur à l'I.S.F.S.C.



L'info vieillit

Besoin d'un JT pour les enfants ? Vont dans ce sens, les déclarations que nous ont faites Carine Rondia et Marianne Nihon, au mois de juin 1997, lorsqu'elles reçurent le Grand Prix des Téléspectateurs Actifs. Pour rappel, l'A.T.A. d'Or couronnait le "Bla-Bla Spécial" du mois d'août 1996 qui a contribué à dédramatiser chez les jeunes téléspectateurs la perception des événements liés aux tragiques disparitions d'enfants.

CARINE RONDIA...

Carine Rondia, qui co-présentait cette émission, nous expliqua : «C'est toujours une grande émotion que d'y repenser. Ce projet nous est tombé dessus, de façon très inattendue, alors que nous suivions à la télévision les funérailles de Julie et Mélissa. Gérard Lovérius, le Directeur de la télévision, nous a téléphoné pour nous demander si nous pouvions réaliser une émission qui devrait être prête... 72 heures plus tard !

En effet, nombre de pédopsychiatres dont le professeur Hayez de l'UCL et membre de l'équipe SOS Enfants, sonnaient l'alerte car ils rencontraient dans leurs consultations de plus en plus d'enfants perturbés. L'une des causes de cet état, c'étaient nous, les médias, qui tartinaient abondamment et surabondamment sur ces problèmes.

Donc, nous nous sommes dit que c'était aussi la mission du Service Public que de réparer un peu quelque chose qui était peut-être un excès de notre profession.

Le Bla-Bla Spécial a été réalisé dans l'urgence extrême, dans l'émotion extrême. L'émission est évidemment tout-à-fait imparfaite techniquement. Ce que nous regrettons très fort maintenant, c'est que cette émission continue à vivre sa vie alors qu'elle n'avait tout son sens que dans l'urgence. Dupliquer l'émission et l'envoyer dans les écoles était une récupération. On ne nous a pas demandé notre avis. Maintenant, je le regrette. Cette émission sert tou-

jours... quand on doit "occuper" les enfants ! Alors qu'elle n'est plus du tout d'actualité. Il faudrait récupérer ces cassettes et les passer au pilon !»

...ET MARIANNE NIHON

Marianne Nihon qui coordonne les émissions de Bla-Bla à la RTBF a complété la déclaration de Carine Rondia : «...Je partage l'avis de Carine. Comme il y avait de nouvelles demandes de pédopsychiatres, nous avons réalisé une nouvelle émission sur un sujet analogue et nous l'avons diffusée, fin mai, et sans faire un tapage médiatique autour. En effet, il faut calmer les esprits...»

Nous avons demandé à Marianne Nihon si cette expérience ne démontrait pas l'utilité et l'urgence de recréer un journal télévisé pour les enfants à la RTBF...

Réponse de Marianne Nihon : «...Nous y pensons très sérieusement depuis un bon moment. Un magazine d'actualité spécifique pour les enfants : c'est dans nos cartons mais je ne sais pas pour quand...»

Rencontre MARC MOULIN

Le Forum de la Fnac de Bruxelles était bondé pour accueillir, le mercredi 24 septembre 1997, Marc Moulin qui participait à la 18ème séance des Midis de l'Audiovisuel.



Autant de monde que pour la séance qui fut, naguère, consacrée à l'audimat ! Ici, il s'agissait plutôt de partir à la recherche d'une vision plus humaniste des programmes télévisés et donc cela rend espoir dans la nature humaine de découvrir que nombre d'usagers du petit écran se déplacent aussi pour réfléchir à pareille thématique.

Vous trouverez, ci-dessous, de larges extraits de cette rencontre qui était intitulée "La surenchère médiatique" et qui dura plus de deux heures.

Marc Moulin est un musicien éclectique : pianiste de jazz, il fut également l'un des partenaires du groupe Télex et il a écrit nombre de musiques de chansons pour Lio ou Alain Chamfort.

Plus récemment, il s'est mis à l'écriture... avec des mots : l'humour politique, la littérature, un essai théâtral...

De tout temps, Marc Moulin a exercé à l'intérieur de la RTBF : animateur et producteur de différentes émissions de radio, conception de Radio Cité qui donna naissance ensuite à Radio 21, réflexion sur la programmation musicale, participation aux émissions radio et télé de Jacques Mercier, et, même, membre du jury de l'estival Pour la Gloire !

Nous ouvrons nos colonnes aux réflexions de Marc Moulin à l'occasion de la sortie de son livre "La surenchère - L'horreur médiatique".

• Qu'est-ce que la surenchère médiatique ?

La surenchère, c'est quand il y a augmentation permanente, en terme d'argent, en terme de spectacle. La surenchère se produit parce que nous avons toujours besoin de quelque chose de nouveau, ce qui est d'ailleurs typique de notre culture occidentale. C'est lié au consumérisme, donc lié à la société de consommation, donc lié à l'argent.

Cela s'est fait beaucoup au vingtième siècle, en allant plus loin dans les effets, dans la forme. Ce qu'on a appelé, par exemple, les effets spéciaux au cinéma : plus de morts, plus de violence. C'est en fait des questions de grands parents qui se posent dans ce livre : pourquoi toujours plus de morts dans les films ? Pourquoi est-ce plus brutal ? Pourquoi est-ce plus bruyant ? Pourquoi la musique est-elle plus élevée ? Pourquoi transgresse-t-on tout en permanence ? Nous avons vaincu à peu près tout les tabous. Il y a très peu de choses que l'on ne peut pas faire, ne pas montrer... En fin de parcours, nous avons peut-être trouvé en Belgique avec l'affaire Dutroux le seul tabou qui ne sera jamais "cool"... bien que la pédophilie ait été très bien accueillie chez Bernard Pivot : Gabriel

Matzneff, pédophile, écrivain parlant de la pédophilie, a été invité dans son émission. La surenchère, c'est ça : toujours plus. Toujours plus violent, plus fort, plus sensationnel... Ce mécanisme est à la fois consumériste mais il contamine aussi. S'il ne concernait que la création, la narration, l'imaginaire ou le récit, on pourrait dire que c'est la légitime situation dans laquelle se trouve l'écrivain, le peintre, le créateur, le cinéaste...

Là où ça devient frappant, c'est quand cela s'étend à la relation de la réalité : par exemple aux JT dans le cas de la télévision, au choix que fait la rédaction pour la une de son journal. C'est quand cela s'étend plus loin que la fiction, que la surenchère commence à m'inquiéter.

• D'autant qu'il y a de plus en plus confusion entre réalité et fiction ?

C'est un des effets pervers de la surenchère. Il y a une simplification liée aux lois du genre. La télévision a été historiquement de plus en plus "clipée" à la mesure du langage publicitaire. Sauf lors des grandes catastrophes quand le journal est quasiment monothématique, les sujets sont devenus de plus en plus courts. Ce mélange permanent de la fiction, de la publicité et de la réalité de l'information constitue quelque chose qui n'a cessé de s'accroître et qui fait qu'il peut y avoir des confusions importantes entre tous ces discours parallèles qui sont tenus en même temps, à travers ces sensations, les souvenirs qu'il garde, même chez le téléspectateur averti.

• Pourquoi ce genre de confusion se développe-t-il ?

Les gens ne font pas le même métier au même moment, en même temps, de la même façon. C'est le fait de mettre tout ça à l'antenne qui s'enchaîne. Dans le chef de ceux qui travaillent, il n'y a pas de problème. Certains préparent le JT, d'autres préparent de la publicité, d'autres encore préparent de la fiction... Le langage de la télévision est tel que c'est quand tout cela se mélange que cela devient un peu détonnant !

• Faut-il inventer des règles ou faut-il laisser courir ?

L'éducation à la télévision est certainement importante. Il faut aussi se dire en permanence que les gens qui vivent à la même époque n'ont pas les mêmes repères. Ce qui paraît connu pour des gens de 40 ans à 50 ans, ne l'est pas pour des gens de 20 à 30 ans ou de 10 ans à 15 ans. Il y a donc un problème de pédagogie. Le même discours peut ne pas avoir les mêmes effets sur des téléspectateurs qui sont contemporains.

• La surenchère ne pro-

vient-elle pas de la confusion entre le mot "nouveau" et "progrès" ?

C'est de là que tout vient. L'exemple type, ce sont les effets spéciaux au cinéma. Parce que ça coûte très cher, c'est le cinéma américain, le plus riche, qui en fait le plus de consommation. Il ne faut jamais diaboliser, dire que c'est mal... ce n'est pas du tout la question, mais il est évident qu'il y a un moment où il faut se demander si l'effet spécial qui est un effet de forme n'est pas utilisé au détriment du fond. Je ne suis pas contre le pur divertissement, loin de là, mais quand ça se généralise...

Un grand argument pour un consommateur de cinéma est qu'il va aller voir un film parce qu'il y a dedans quelque chose qu'on a jamais vu avant. C'est un argument qui est très présent dans notre culture : l'argument du "progrès". Et ce "progrès" existe dans tout : dans la musique, dans le cinéma, dans la télévision. C'est un argument très significatif contre lequel lutte le monde islamique, qui a très bien compris que cela fait partie de notre culture dont il réfute beaucoup d'aspects. Ce progrès n'est pas un bien en soi.

• Venons-en aux causes de cette surenchère. Avant, à propos de la télévision, on parlait de pression du pouvoir politique. Actuellement, on parle de pouvoir économique. C'est une évolution ?

Je crois que la pression politique a un petit peu disparu. A l'époque de la pensée unique, qui finalement tient lieu de modèle idéologique, est-ce vraiment nécessaire de séparer politique et économique ? Quelques soient les majorités au pouvoir dans les pays d'Europe, on applique à peu près les mêmes décisions, les mêmes programmes, les mêmes privatisa-

Zélé Moulin

Et un deuxième débat ! Le samedi 8 novembre à 14 heures, Marc Moulin sera interrogé par Bernard Hennebert, Secrétaire de l'Association des Téléspectateurs Actifs, aux Automnales de Mons.

Celles-ci, du 7 au 11 novembre, se dérouleront au Hall des Expositions et seront consacrées aux livres et leurs liens avec les musiques, les arts plastiques, etc.

Entrée aux Automnales : 100 F.

Cette animation est réalisée par les Editions Labor qui tiennent un stand aux Automnales. Renseignements : 02/ 240 05 70.

tions, le même modèle. Le modèle au pouvoir est-il un modèle politique au sens de ce qu'on a connu dans le passé ? Je crois qu'il a fort évolué et qu'aujourd'hui, séparer le politique de l'économique n'est plus tellement à l'ordre du jour. Il y a un phénomène de pouvoir qui est plus fort : il vient de l'internationalisation, de la mondialisation.

• Qui profite alors de cette surenchère ?

Je n'en sais rien !

• Des individus, une civilisation, le libéralisme ?

Une grande partie du modèle dans lequel nous nous trouvons agit dans une logique assez primitive qui est celle du profit, de la rentabilité, de la concurrence, du conflit, du bac à sable entre concurrents. Cela profite au plus fort, au gagnant. Je ne dis pas que tout cela fait partie d'un complot, je ne suis pas pour la théorie du complot. Je crois que c'est un système qui fonctionne ainsi, qui se développe ainsi.

• Un retour en arrière est-il possible ?

Il y a peu de cas d'un retour en arrière dans la communication, mais ça arrive. Prenons l'exemple du jazz. Le jazz dans les années 60-70 allait vers une sorte de surenchère. Il y avait le courant free jazz, la liberté absolue, assez fatigante et le courant jazz rock avec des instruments amplifiés comme pour le rock. Et puis, au début des années 80, à l'encontre de ce qui se passait dans d'autres domaines, le jazz a levé le pied de cette surenchère et est revenu vers le

jazz des années 40-50. Il y a eu une espèce de retour en arrière. Ces choses se produisent donc quelque fois.

J'ai perçu cela aussi avec la couverture par les médias de la mort de Lady Diana. J'ai perçu dans les interrogations des journaux, un peu plus qu'à l'époque du faux charnier de Timisoara en Roumanie, une espèce d'appel aux téléspectateurs, aux lecteurs, une sorte d'appel d'offre : sommes-nous demandeur d'un léger recul ou d'un peu de modération ? C'est comme ça qu'on a assisté à quelque chose d'extraordinaire : les médias de caniveaux et les médias de référence ont fait la même quantité de pages sur Diana. Mais selon leur tradition, les médias de caniveaux ont fait du pur Diana premier degré, alors que les médias de références faisaient plusieurs pages d'analyses, avec bien sûr la photo qu'on n'aurait peut-être pas dû montrer, qui se demandaient s'ils ne dériveraient pas, s'ils n'étaient pas quelque part des paparazzii. La question commence à être posée.

Ce qui est frappant, c'est que tout le monde parlait de Lady Di, c'était LE sujet de conversation. C'était dans la mentalité collective. Pourquoi ? C'est peut-être la question qu'il faut se poser.

Pendant un certain nombre de jours, on va se retrouver tous ensemble à avoir la même conversation, alors que nous allons voir des choses de plus en plus parcellisées (Internet nous donne accès de façon exhaustive à des données qui nous concerne personnellement de façon pointue) et nous allons de moins en moins vers des médias généralistes.

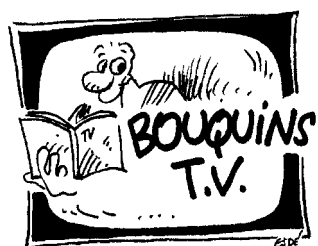
Nous consacrons de plus en plus de temps à du "thématique". Nous risquons de perdre le généraliste qui est le forum populaire de l'information et de la discussion... Donc, de façon collective, nous ressortions un problème qui brusquement n'a pu échapper à aucun d'entre nous et qui va devenir un moment de communion... A plus forte raison, le cas de Diana, qui a correspondu par une coïncidence temporelle avec la rentrée médiatique, constituait donc pour les patrons de presse -c'est horrible à dire- une rentrée providentielle, qui n'aurait peut-être pas eu le même effet si cela s'était produit, par exemple, le 12 juillet...

• Les solutions doivent-elles venir des médias eux-mêmes, du pouvoir politique qui donnent des règles à la vie collective ou doivent-elles venir des citoyens eux-mêmes ?

Nous sommes tous un petit peu responsable. Cela dit, on ne peut pas sempiternellement dire qu'il y a tellement de gens qui achètent France Dimanche ou le Sun et que le public est le premier responsable. On ne peut pas toujours dire ça. Il faut que les politiques reprennent leurs responsabilités. Il est évident que ce sont quand même les déclencheurs qui sont les plus responsables, donc ceux qui ont la responsabilité des médias.

• Quelles ont été les réactions dans le milieu journalistique au contenu du livre "La Surenchère" ?

Beaucoup de personnes étaient contentes de voir reliées entre elles



LA SURENCHÈRE (L'HORREUR MÉDIATIQUE) par Marc Moulin Labor

Marc Moulin, nous livre, avec beaucoup de clairvoyance et un esprit caustique, sa réflexion sur un phénomène que beaucoup de protagonistes du milieu de l'audiovisuel considèrent avec fatalisme comme inhérent au système. Il rattache la genèse de la surenchère au développement même de notre société occidentale. La surenchère n'a pu apparaître que dans une société comme la nôtre qui a fait du progrès et du renouveau permanent un de ses moteurs principaux et une partie de son mode de vie. Confronté à ce phénomène du toujours plus loin, toujours plus neuf et toujours plus fort, qui induit un toujours mieux, où allons-nous nous arrêter ?

L'idée que le nouveau doit nécessairement aller plus loin est venu par analogie au progrès qui reste un mythe fondateur de notre société.

"Nous avons voulu que chacun s'exprime, nous avons même mis des moustaches à la Joconde, cultivé la transgression de nos valeurs fondamentales comme une création culturelle. Bref, nous avons bien ri. Avons-nous bien compris le bon usage de ce

rire ? N'étions-nous pas condamnés à rire de plus en plus fort, de plus en plus faux ?"

Un autre phénomène important dans cette genèse est l'apparition avec notre siècle d'une classe sociale, fruit d'une conception égalitaire venant de la révolution française, la classe moyenne. Le statut des créateurs va évoluer avec l'émergence de son pouvoir. De domestique de prince pour en arriver à concepteur de produits et d'événements. C'est bien sûr à cette culture de masse qui va s'internationaliser que nous devons les inventions les plus marquantes et les plus influentes en terme de créations et surtout d'échanges (la radio, la télévision, l'ordinateur, etc.).

"Ce qui est stupéfiant en tout cas, c'est l'accélération et l'amplification vertigineuses que ces médias ont permises, en termes de communication. Et ici, le rôle de la télévision est prépondérant".

Une évolution plus récente va créer deux fractures importantes.

Celle entre le généraliste et le thématique qui nous amènera à un narcissisme télévisuel et qui tuera le lien sociale qu'était la télévision. "Les conversations du lendemain (au travail, dans les bistrot) à propos de l'émission de la veille deviendront rares, tant chacun aura vu quelque chose de différent, à la télé, ou sur Internet"

Ou celle entre les chaînes liées à l'audimat et les chaînes d'éducation, d'information et de culture. "C'est le divertissement basique et consensuel contre l'élitisme. La déconnexion s'accroît entre la classe subissante et la classe pensante".

Et tout cela à l'encontre du but

premier de la culture de masse dont une des ambitions était d'être un forum entre créateurs et publics.

"Quand la radio et la télévision arrivent, elles rendent familières et familiales bien des choses et des idées auxquelles des centaines de milliers de personnes n'avaient jamais eu accès. La peur de la culture, ou même le coût de la culture avaient trouvé un début de remède".

"Le passage de la vulgarisation à la vulgarité" est arrivé progressivement par la surenchère. Toujours plus fort, plus violent, plus sexe, plus vite, plus sensationnel, et cela avec un impossible retour en arrière, car la surenchère désensibilise par une logique implacable du "toujours plus fort". Bien sûr, nous filtrons cette avalanche et ce surdosage de tout. Mais pour combien de temps encore ? Notre sens critique, comme une oreille soumise à un niveau sonore trop élevé, va-t-il finir par s'éteindre pour disparaître ?

Marc Moulin éclaire chaque média sur sa spécificité face à la surenchère. Le chapitre sur la télévision comporte quelques prises de position que ne démentirait pas un téléspectateur actif. Un tel discours venant de la part d'un acteur médiatique est assez surprenant. Nous sommes en effet plus souvent habitués à la langue de bois ou à la commisération.

C'est donc un livre qui parle et décortique intelligemment les médias tout en restant tout public. A lire absolument par tous ceux que la problématique actuelle des médias ne laisse pas indifférent.

Nathalie DUNKELMAN

des intuitions qu'elles avaient déjà eues.

Quand à ceux qui sont au pouvoir des médias, ils ne sont fondamentalement pas d'accord avec ce livre. Je ne les pourfends pas mais, manifestement, "j'accuse", comme dirait Zola. J'aurais peut-être dû faire un livre plus positif, qui serait l'éloge de la nuance et de la sobriété ! Au lieu de ça, j'ai préféré m'attaquer de façon plus polémique. Beaucoup de choses que j'ai écrites dans ce livre restent à démontrer. C'est principalement un livre d'opinion. Depuis la parution du livre, beaucoup de choses se sont confirmées de façon plus forte. J'y fais, par exemple, une analyse de la responsabilité de la télévision publique dans la rivalité qu'elle a créé avec la télé privée en termes d'audimat. On pourrait me dire qu'aux Etats-Unis la télévision publique est inexistante et que pourtant ils sont aussi allés droit à la sur-enchère... il y a encore place pour pas mal de débats et d'analyses, on peut encore affiner le propos.

• Est-ce que les journalistes de télévision savent comment se pratique l'éducation aux médias dans les écoles ?

Je n'ai pas eu de conversations avec des journalistes à ce sujet. Je ne peux donc pas répondre à cette question. Moi-même, je n'ai jamais assisté à cela. Je ne me souviens pas avoir beaucoup entendu parler dans les

milieux professionnels de personnes qui seraient allés assister à des séances d'éducatives aux médias en école. Ils se disent probablement que cela ne les concerne pas. Tout le monde étant fort pris par son boulot, ces rencontres n'ont probablement pas lieu.

• Comment analyser la télévision ?

Il y a deux manières de l'analyser. Ou bien l'on dit qu'elle était meilleure dans les années 60, par exemple à l'âge d'or de l'ORTF, et on va essayer de reconquérir la télé historique, celle qui avait davantage le sens de la responsabilité : une télévision avec plus de déontologie, avec un peu moins de Pradel...

Ou bien on se dit qu'on va travailler à ne regarder la télévision que pour ce qu'elle est, c'est-à-dire en grande partie du music-hall. La télé, on la regarde beaucoup mais ce n'est en fait "que" la télévision.

Le média de référence doit être vertueux, mais on n'est pas vertueux parce qu'on est un service public. La BBC a su garder son cap. Mais la RAI, qui est un service public, est devenue music-hall...

• Les plus vertueux ne sont-ils pas ceux où il n'y a pas de publicité commerciale ?

On le sait maintenant, il n'y a pas d'exception. C'est toujours le paramètre commercial qui l'a

emporté !

• Y-a-t-il un projet politique par rapport à l'audiovisuel ?

Malheureusement il y en a un, celui de rendre l'audiovisuel dépendant de lui-même. Que ce ne soit plus un souci financier pour le politique...

En Hollande, un sondage qui a eu lieu l'an dernier montre que la majorité des Hollandais sont prêts à payer plus cher la redevance pour une télé de référence sans publicité ! Ce sont des signaux... encore un miracle Hollandais... Ce genre de piste est intéressante.

• Imaginons que l'on supprime la publicité et le sponsoring à la RTBF et que sa dotation couvre réellement les frais du service public, quels changements y aurait-il au niveau des programmes ?

La première idiotie à ne pas faire serait de se jeter sur le confidentiel, le super pointu, en disant «regardez, on ne jette pas votre argent par les fenêtres»...

Mon rêve à moi, c'est de faire moins de chaînes, moins d'heures d'antenne. On ferait moins mais mieux. Ce serait la première chose à faire.

Propos recueillis et transcrits par Benoit GOOSSENS et Pierre RAVACH

POUR LA GLOIRE: DE QUI ?

La plupart des téléspectateurs ne sauront peut-être jamais que Marc Moulin s'est passionné pour Miles Davis, dès la première heure, et qu'il jouera du piano dans de nombreuses formations de jazz prospectives (Placebo, par exemple), dans les années '70...



Il accompagnera un solo de guitare de Philippe Catherine ou participera au Concours Eurovision de la Chanson avec le groupe Telex pour défendre une chanson qui, par ironie et au second degré, s'intitulait "Eurovision"...

Aujourd'hui, Marc Moulin, pour nombre de téléspectateurs fans de "Pour la Gloire", c'est l'un des membres du jury qui trône aux côtés non pas d'une candidate, mais bien d'une lauréate de l'Eurovision, Sandra Kim.

"Pour la Gloire", c'est le divertissement-concours de variété de l'été à la RTBF, depuis deux saisons.

NOUVELLE CULTURE ?

Est-ce la culture ou le service public qui évolue ? Avant que la publicité ne tараude la RTBF, celle-ci s'enorgueillait avec raison de diffuser, une semaine durant en télévision et en radio, à 20 heures, le Concours de la Chanson Française de Spa qui contribua notamment à populariser Robert Charlebois et Louise Forestier, Catherine et Maxime Le Forestier, Renaud ou Yves Duteil, et pour notre Communauté Française, Philippe Anciaux, Christiane Stéfanski ou Pascal Charpentier.

Aujourd'hui, le prime time télévisé du dimanche soir n'est pas offert au même créneau de créateurs par le Service Public : "C'est vrai, explique Marc Moulin au Vif l'Express du 29 août 1997, que de nombreux candidats viennent de la mouvance karaoké, qui est plus un sport qu'une création musicale..."

Fin de siècle, années de crise, recherche d'emploi... "Pour la gloire", à défaut probablement de ne jamais se retrouver dans le dictionnaire de la chanson française... permettra-t-il à ses candidats de gagner leur vie en chantant ? Marc Moulin n'en est pas certain : 72 candidats ont été sélectionnés et... "d'un point de vue débouchés professionnels, on a un peu l'impression d'avoir abattu une forêt pour faire un cure-dents".

Mais alors, à qui ou à quoi sert donc "Pour la gloire" ? Les hebdomadaires, rarement critiques, affichent : "Pour la gloire offre une tribune chantante aux amateurs" ou "C'est une très belle expérience positive. On donne la chance à des gens qui ont du talent de passer à la télévision..."

Un mythe à détruire ? Plutôt que "la télé au service des nouveaux talents", nous osons répliquer : "les nouveaux talents au service du recrutement du Service Public".

L'INTENTION D'ABUSER

Nous avons eu l'occasion de découvrir le contrat que la RTBF a fait signer aux concurrents de "Pour la Gloire". Dans un premier temps, nous avons demandé à une personnalité du show-business de l'analyser. Tant que des preuves tangibles ne seront pas apportées pour prouver que le climat répressif mis en place sous le règne de feu l'administrateur général Jean-Louis Stalport n'est pas définitivement aboli, l'A.T.A. ne prendra pas le risque de griller ses sources internes ou externes (mêmes ces dernières peuvent subir des contre-coups...) à la RTBF. Voilà pourquoi nos lecteurs devront nous faire confiance et nous croire lorsque nous leur écrivons que notre expert, et nous en sommes fier, est celui dont nous rêvions de connaître l'avis.

Il nous écrit : "...Sous réserve d'une explication plus élaborée, je peux constater que ce contrat de l'émission "Pour la Gloire" contient essentiellement des manquements au simple professionnalisme. C'est un contrat qui a été rédigé manifestement par quelqu'un qui n'est ni du métier de la production musicale, ni du métier des droits d'auteurs... Notamment, les usages flous du mot

(SUITE EN PAGE 16)

"droits" témoignent d'un amalgame indéniable entre droits d'auteurs et royalties sur les ventes. Pour cette raison et d'autres -par exemple, l'ignorance des usages de la profession et des lois qui la régissent- ce contrat est probablement caduc.

...Il contient indéniablement des intentions d'abuser -même stériles devant un éventuel tribunal- et des confusions qui, elles-mêmes, "prouvent" ces intentions..."

RTBF = FIRME DE DISQUE ?

La cause principale des problèmes de la RTBF ? C'est le pouvoir politique qui ne rétrocede qu'une partie de la redevance radio-TV et donc refuse d'offrir à la RTBF la dotation suffisante, indispensable pour que le Service Public puisse mener à bien ses objectifs. La RTBF doit donc trouver de l'argent ailleurs... En plus de la publicité et du sponsoring, elle devient donc également une sorte de firme de produits culturels : des compacts, des cassettes vidéo, des livres, des événements culturels, etc. Et, donc, elle gagne de l'argent sur la vente de ces produits. Elle a donc intérêt, par le biais de ses radios et de ses chaînes de télévisions, à promouvoir davantage ces réalisations... Toute information culturelle est en conséquence impossible sur le Service Public.

Le but logique de "Pour la gloire" n'est donc pas de soutenir toute la création de notre Communauté mais bien, par le biais d'un concours, de sélectionner, parmi les jeunes artistes, ceux qui pourront être utiles (tout particulièrement financièrement), dans les années qui viennent, à la RTBF... plutôt qu'à RTL TVI !

La RTBF va donc offrir le moins d'argent possible (en dehors des droits d'auteurs et d'interprètes qui sont légaux) à ces créateurs et leur demander contractuellement un maximum d'exclusivités...

MENACE : 150.000 FB DE DOMMAGES

Extraits de ce contrat de Pour la gloire :

"...L'artiste consent à la RTBF le droit exclusif d'enregistrer sur support sonore la chanson qu'il interprète durant la présélection et, le cas échéant, durant le tiers de finale et la finale du concours, et de l'éditer sous la forme d'exemplaires en vue de la vente au détail... Le droit d'éditer la prestation de l'artiste est consenti pour le monde et pour une durée de dix ans à partir de la date de la signature de la présente convention..."

"...L'artiste déclare être libre de tout engagement à l'égard de tiers incompatible avec l'exécution de la présente convention. Au cas où l'artiste serait lié par un contrat d'artiste conclu avec un tiers, il en informera la RTBF par retour, afin de lui permettre de demander l'autorisation adéquate pour l'exploitation de la prestation de l'artiste dans le programme et sur supports sonores" (NDRL : la RTBF a produit un compact qui regroupe les œuvres interprétées par les lauréats).

"...Au cas où l'artiste serait titulaire d'un droit d'auteur en relation avec la chanson qu'il interprète, il sera dans l'obligation de consentir l'exploitation de ce droit, pour la durée de dix ans à partir de la date de la signature de la présente convention et le monde" (NDRL : Si le

futur Jacques Brel de l'an 2.000 signe ce contrat pour concourir à "Pour la Gloire", vous imaginez les profits de la RTBF durant les dix prochaines années... Or, la RTBF n'a rien fait pour que ce talent naisse. Il s'est fait lui-même et il a gagné un concours. La RTBF était là pour lui soutirer une partie des bénéfices de son propre succès. Au nom de quoi ? Du Service Public ? Simplement, la RTBF jouit du privilège d'un "passage obligé", d'un monopole : elle gère un créneau de large audience qui permet à l'artiste d'être écouté par un vaste public. Elle le monnaie donc. Au prix maximum).

"...L'artiste garantit à la RTBF que son interprétation ne comprend aucune utilisation d'œuvres de tiers pour lesquelles il n'aurait pas obtenu les autorisations requises par le droit d'auteur. Il la garantit contre tous troubles, revendications et évictions quelconques dues à une méconnaissance de cet engagement. La présente disposition ne s'applique pas à l'hypothèse où l'artiste interprète une chanson notoirement connue" (NDRL : Cet étrange contrat ne mentionne pas qui décide qu'une chanson est notoirement connue ou non... Un vrai travail d'amateur ! Etonnant de la part d'un Service Public apparemment sérieux qui possède un département juridique composé de plusieurs juristes payés plein-temps !).

"...La RTBF n'est redevable d'aucune rémunération à l'égard de l'artiste pour l'enregistrement de la prestation..."

"...L'artiste s'engage, tout au long du concours et jusqu'au 31/10/97 au plus tard (NDRL : La finale a eu lieu le 09/09/97) à ne se livrer à aucune prestation dans le cadre d'autres concours musicaux organisés par des chaînes de télévision accessibles par un moyen quelconque sur le territoire belge, ni à participer à une émission de télévision sans l'autorisation écrite préalable de la RTBF, sous peine de dommages et intérêts envers la RTBF évalués de commun accord à la somme forfaitaire de 150.000 francs belges..."

"...Au cas où la RTBF n'aurait pas édité la chanson à la date du

31/12/97, au plus tard, l'artiste pourra reprendre les droits qu'il a consentis, par lettre recommandée à la RTBF (NDRL : Ainsi, le créateur, pour retrouver l'usage de son œuvre, doit envoyer un recommandé à la chaîne qui n'a pas daigné le diffuser... En fait, cette œuvre appartient-elle à la RTBF ou à l'artiste ? Faut-il vendre son âme au Service Public pour qu'il daigne éventuellement vous diffuser ? Cynisme du pouvoir médiatique...)

"...Le contractant aura la faculté de reprendre les droits consentis après une mise en demeure adressée par pli recommandé à la poste avec accusé de réception et restée sans effet pendant six mois, si, au terme de cinq ans suivant la dernière édition, la RTBF n'a pas procédé à une nouvelle édition..."

L'AUDIMAT FACE AU PLAISIR DES ENFANTS

On ne vit plus au Moyen-Age. On peut donc comprendre que le Service Public aime abuser des termes "lettres" ou "envois recommandés" dans les contrats qu'il propose aux artistes. Mais, par contre, on peut s'étonner que ces mêmes contrats ignorent systématiquement des notions telles que la "créativité" ou la "connivence". Comme si les candidats de "Pour la gloire" n'étaient plus que des produits à pressurer.

"Pour la gloire... de qui ?". Nous avons emprunté volontairement le titre de notre article à une lettre publiée par l'hebdomadaire "Le Ligueur" du 6/9/97. Son auteur, Mr Y. Huppe d'Anthisnes, y regrettait que cette deuxième édition de "Pour la Gloire" avait donné l'occasion à des enfants de concourir. Et d'affronter la sanction du jury... "L'enfance, c'est la période des découvertes, de l'émerveillement, des apprentissages, mais pas celle où l'on rend des comptes. Comment juger quelqu'un qui apprend à s'exprimer ? Qui découvre ses propres talents ? Même Jacques Martin n'oserait pas... Les enfants aiment chanter, ils ont envie de passer à la télé. D'accord ! Mais hors concours. Ne tuons pas le plaisir dans l'œuf, je vous supplie !"

Bernard HENNEBERT

LES MDIS DE L'AUDIOVISUEL

Le mercredi 22 octobre de 12H30 à 14H, au Forum de la Fnac Bruxelles à City 2, Rue Neuve.

LE MONDE ANIMALIER À LA TÉLÉ Avec Philippe Soreil, producteur et animateur.

L'Association des Téléspectateurs Actifs (A.T.A.) s'entretient avec Philippe Soreil sur les émissions qu'il anime depuis près d'une dizaine d'années : de La Main à la Patte sur RTL TVI à Du Poil de la Bête sur la RTBF... Il nous présentera également le livre auquel il a collaboré et qui vient d'être publié, "Le nouvel âge du loup" (Editions du Perron).



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