

Comment télévez vous?

Belgique-België
P.P.
1050 Bruxelles 5
1/7610

11 octobre 1999

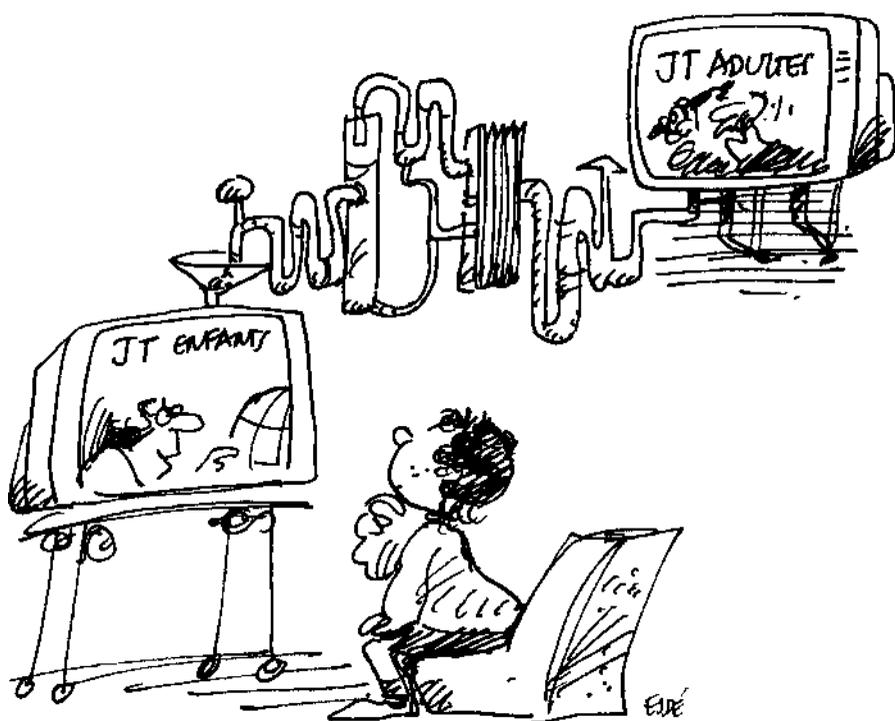
Périodique mensuel de
l'Association des Téléspectateurs
Actifs asbl

Bureau de dépôt :
Bruxelles 5 à 1050 Bruxelles
Editeur responsable :
Benoit Goossens

Numéro

50

ATA asbl • Rue Américaine, 106 • 1050 BRUXELLES
ATA sur Internet : <http://ata.qwentes.be> • E-mail : ata@qwentes.be



Une vraie démarche de service public

LA RTBF À L'ÉCOUTE

Voici une nouvelle page des plus positives qui s'ouvre dans le dialogue entre la RTBF et ses usagers.

...

Probablement pour la première fois de son histoire, le Service public va participer à une rencontre publique qui traitera d'une émission en gestation, alors que le contenu de celle-ci n'est pas encore définitivement ficelé.

L'A.T.A. n'a aucune intention d'indiquer à la RTBF comment elle doit concevoir son JT pour enfants. Que celle-ci prenne ses responsabilités. Par contre, l'A.T.A. enquête sur le sujet (voir, dans le présent numéro, notre interview de la BBC) et elle favorise un dialogue entre les protagonistes de ce projet et de nombreux représentants de la société civile ainsi que du monde politique.

JEUDI 14 OCTOBRE

Au Forum de la Fnac Bruxelles, à City 2 (rue Neuve), ce jeudi 14 octobre de 12H30 à 14 H, la 39ème séance des "Midis de l'Audiovisuel" aura pour thème :

me : "Bientôt à la RTBF, un JT pour les enfants".

DES INVITÉS DE MARQUE

Y seront interrogés par l'A.T.A. :

- Mamine Pirote, Directrice du Centre de la RTBF Liège qui coordonne le projet de cette nouvelle émission,

- Jean-Pierre Gallet, le Directeur de l'Information à la RTBF,

- ainsi que les deux directeurs des télévisions communautaires qui ont été associés à l'élaboration du projet : Jean-Louis Radoux de la Liégeoise RTC et Jean-Pierre Winberg de la Tournaisienne No Télé.

DANS LA SALLE

Il y a un an et demi, à l'initiative de l'A.T.A., 150 personnalités signaient un Appel pour la création de ce JT quotidien junior à la RTBF.

Une soixantaine d'entre-elles (ou leurs représentants) ont confirmé leur présence à cette rencontre du 14 octobre pour dialoguer avec les protagonistes du projet. Ce sont :

Suite en page 2

Sommaire

- La signalétique tardepage 2
- Jean-Luc Delarue à RTL TVi : Ça se discutepage 2
- Lettre ouverte à Pascal Vrébospage 3
- Cover et son sponsorpage 4
- Le J.T. junior de la BBCpage 6
- Pas de retransmission de la Commission "Dioxine"page 8

Cadeau !

Pour fêter ce 50ème numéro, nous vous offrons un supplément de 12 pages qui reproduit et resitue une trentaine de dessins d'Esdé qui ont marqué "Les aventures de l'A.T.A."

POUR LA SOCIÉTÉ CIVILE

Frédéric Dechamps (avocat), Jacques Duez (professeur de morale et animateur vidéo), Marcel Frydman (professeur), Daniel Hanssens (acteur), Jean-Yves Hayez (pédopsychiatre), Christian Merveille (chanteur), Lise Thierry (médecin), Anne Morelli (professeur), Damien Vandermeersch (juge d'instruction et membre de la Commission nationale contre l'exploitation sexuelle des enfants), Will (dessinateur)

POUR LA PRESSE "JEUNES"

Clotilde Guislain (Editions Milan), Thérèse Jeunejean (Le Petit Ligeur), Thierry Tinlot (Spirou)

DES PERSONNALITÉS POLITIQUES

Maurice Bayenet, Willy Burgeon, Anne-Marie Corbisier, Vincent Decroly, Nathalie de T'Serclaes, André Drouart, Paul Ficherolle, Dominique Harmel, Evelyne Huytebroeck, Jean-François Istasse, Jean-Michel Javaux, Marie-José Laloy, Philippe Mahoux, Yvan Mayeur, Joëlle Milquet, Henri Simons, Marie-Laure Stengers, René Thissen, Micheline Toussaint, Jean-Pierre Viseur, Magdeleine Willame, Bernadette Wynants

LE SECTEUR ASSOCIATIF

Aimer à l'ULB, Centre Audiovisuel de la ville de Liège, Centre Dramatique de Wallonie pour l'Enfance et la Jeunesse, CJC, CSC, Conseil Supérieur de l'Education Permanente, Comité de Défense du Service au Public, Délégation générale aux Droits de l'Enfant, FAPEO, La Ligue des Familles, PAC, Média Animation, Médiathèque de la Communauté Française, Relais Enfants Parents, Réseau Associations de Jeunes Consommateurs, Théâtre de la Montagne Magique, UFAPEC, etc.

...ET LE PUBLIC !

Le public aura également la possibilité d'interroger les initiateurs du projet. L'entrée est gratuite. Une collation est offerte au public. Réservation indispensable au 02/ 209 22 27. ■

Signalétique

PERDUE DE VUE ?

Ce n'est plus un frigo mais bien un congélateur qui pourrait accueillir la signalétique anti-violence sur les chaînes de la Communauté Wallonie Bruxelles !

La revue "Hémicycle" des parlementaires socialistes annonçait son arrivée sur nos antennes pour le 1er octobre 1999. L'ex-ministre de l'Audiovisuel Laurette Onkelinx présentait également sa prochaine mise en place, lors du "Mise au point" du 7 février dernier.

Apparemment, il faudra au moins attendre jusqu'à

l'automne 2000.

Il nous semble que nos autorités préfèrent dissenter sur le thème de la violence à la télévision plutôt que de mettre en place rapidement des mesures concrètes de prévention.

Personne, ni les autorités compétentes, ni les médias qui ont tartiné, avant les dernières élections, sur l'arrivée prochaine de la signalétique, n'a jugé utile d'annoncer au public et de commenter l'actuel retard.

Comme si celui-ci ne causait aucun dommage. ■



Jean-Luc Delarue à RTL TVi...

ÇA SE DISCUTE !

La RTBF participera-t-elle indirectement au financement d'émissions diffusées sur RTL TVi ?

...

Sur la chaîne privée, désormais, Jean-Luc Delarue présente "Jour après jour". C'est, comme l'écrit La Libre Belgique (le 22 septembre 1999), "exactement la même émission" que celle que l'on peut découvrir quelques jours plus tard sur France 2. Or, la saison dernière, l'A.T.A. avait été frappée par le fait que plusieurs invités belges d'un Ecran Témoin avaient été reçus ensemble sur le plateau de "Ça se discute". Ce n'était pas un hasard. L'un d'entre eux nous avait confirmé que l'équipe de Delarue avait fait son casting en se basant notamment sur l'émission de Paul Germain. Ainsi, l'Ecran Témoin pourrait devenir une piste de casting peu cher pour Jean-Luc Delarue... qui déclarait à Vincent Peiffer pour le Téléoustique du 15 septembre 1999 : "La sélection est poussée. Par émission Ça se discute, 1.000 profils de personnes sont envisagés, 200 sont rencontrés et 17 sont retenus..."

Alexandre Charlier, dans Le Soir du 20 septembre 1999, explique que "dans le cadre de sa collaboration avec RTL, Jean Luc Delarue a prévu d'adapter son émission pour lui donner une coloration plus belge mais il n'est pas question de quotas". Ce qui laisserait entendre que ce ne sont plus uniquement des critères journalistiques qui pourraient guider les choix éditoriaux de Delarue ! Et qu'advient-il du choix des témoins, si sa société "Réservoir Prod" revendait également cette émission à la Hollande, à la Suisse ou à l'Espagne ! C'est France 2 qui paie semble-t-il si cher la collaboration de notre businessman-animateur qui va être heureuse !

Pas inintéressante, la réflexion de Philippe Vandenberg parue dans La Libre Belgique du 22 septembre 1999 : "...Beaucoup s'interrogent sur le fait qu'une chaîne fut-elle privée mais en quelque sorte "protégée" par la Communauté française, notamment au niveau de la publicité, puisse acheter ainsi, clé en mains, une émission 100% française. Un bon sujet de réflexion pour le CSA, intouchable mardi". ■

notamment du JT pour enfants, avec Mamine Pirotte qui pilote le projet. Ce JT, dont le budget tourne autour de 30 millions sera lancé début 2000 et bénéficiera de collaborations avec différents ministères, entre autres celui de l'enseignement. Le ministre Nollet, qui a été pionnier du projet quand il était vice-président de la RTBF, est particulièrement intéressé. Mais d'autres collègues wallons pourraient l'être aussi".

À Jean-François Dumont et Marie-Cécile Royen, pour Le Vif/L'Express : "Le JT pour enfants sera concrétisé, normalement en mars, avec huit minutes par jour et trente, le week-end".

HERVÉ BOURGES SOUTIENT LE JTJ

En France, c'est la chaîne thématique Canal J qui diffusait avec succès quotidiennement un JT pour les jeunes, le JTJ. L'initiative a été arrêtée, avec tous les autres "magazines", en juin 1999 par le repeneur de la chaîne, le groupe Lagardère, pour "rationaliser les coûts de production".

Libération du 28 septembre 1999 publie des extraits de la lettre qu'Hervé Bourges, le Président du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel français, a envoyé à l'ex-rédacteur en chef du JTJ, Pascal Petit : "...Soyez assuré que le Conseil fera tout ce qui est en son pouvoir pour peser sur la continuation du JTJ ou d'une émission de cette nature dans le paysage audiovisuel français". En effet, Hervé Bourges considère que l'absence de JT pour les jeunes sur les chaînes françaises constitue "...une anomalie tout à fait regrettable par rapport aux chaînes de service public de la plupart des pays européens".

Et dire que France 2 recherche laborieusement de nouveaux programmes pour occuper ses avant-soirées !

LE KOSOVO

600 lecteurs ont répondu à une enquête de "Clés pour l'actualité Junior". Cet hebdo s'adresse aux 8-12 ans et accroche principalement les 10-11 ans. Selon sa rédactrice en chef, Clotilde Guislain, qui était interrogée par Laurent Raphaël pour La Libre Belgique du 1er septembre 1999 : "Nous avons remarqué que les enfants n'écartent a priori aucun thème d'actualité, même complexe ou douloureux. Dans leur classement, le sujet qui les avait ainsi le plus intéressé au cours de l'année était le Kosovo". ■

"Pauvres" télédistributeurs

Dans notre n°49, nous l'avions deviné : les évolutions de la RTBF consécutives à l'arrivée d'une nouvelle majorité gouvernementale vont rendre le Service public moins dépendant du bon vouloir des télédistributeurs. On parle d'un redéploiement de la diffusion hertzienne à

la RTBF, notamment grâce au numérique. Conséquence : la RTBF aura davantage intérêt à donner la parole à des abonnés insatisfaits de la télédistribution.

Si vous êtes dans le cas et que vous avez envie d'en débattre à la télé, l'A.T.A vous conseille de contacter "Cartes sur table" au Centre de la RTBF Charleroi, Passage de la Bourse à 6000 Charleroi. ■



Paul et Léon

BRAVO

Vers 20H20, le 30 août 1999, Paul Germain achève la présentation des invités de l'Ecran Témoin "Faut-il avoir peur de ce que l'on mange".

• • •

Avec courage et la voix un peu tremblotante, il a alors signalé que cela faisait trois fois que Nestlé refusait de participer à son émission. Cette information a permis à l'un des intervenants d'axer son argumentation sur le fonctionne-

ment de la société qui refusait de débattre.

De même, Il était tout-à-fait intéressant d'entendre Léon Michaux expliquer à la fin de l'émission "Faits Divers" du 29 septembre 1999 consacrée à l'affaire Tagliafero-Jaupart que près de la moitié des témoins avaient refusé d'être interviewé ou avaient demandé de l'être de façon anonyme.

Ces explications permettent aux téléspectateurs de mieux prendre conscience des difficultés du métier de journaliste. ■

Censuré en France ?

La RTBF se spécialise dans la diffusion de documentaires français pas du tout ou sous-médiatisés en France.

Ainsi, naguère, l'Hebdo avait programmé "Pas vu à la télé" de Pierre Carles qui avait été censuré sur Canal+ France.

Ce sera à nouveau le cas, à la fin de ce mois d'octobre, avec "Le procès K", un film qui propose une contre-enquête de l'affaire "Omar m'a tué".

Libéré en 1998, Omar Raddad attend actuellement la révision de son procès.

Le documentaire n'a été diffusé qu'une seule fois et en crypté sur Canal+ France. Les autres chaînes françaises ne semblent pas, jusqu'à présent, intéressées par sa programmation ! Aucun festival important ne l'a accepté en compétition. Son réalisateur Saad Salman a fait l'objet d'intimidations diverses et ses documents de travail lui ont été volés... par la police. Ses plaintes ont été classées sans suite.

Fin octobre, "Le procès K" sera diffusé par la RTBF en 2 parties de 3/4 heures. La seconde partie sera suivie d'un débat spécial de l'Ecran Témoin animé par Paul Germain sur La Deux. ■

Télévisions locales

L'association socialiste Présence et Action Culturelles Brabant-Wallon organise une matinée de réflexion "Télévisions locales et éducation permanente : une utopie qui a vécu ?".

Avec la participation de Luc Collard (Président de TVCom), Paul Ficherouille (membre de la Commission Culture et Audio-visuel de la

Communauté française), Suzy Collard (Vidéotrame), Michel Goffin (Comité de programmation de TVCom) et Henry Ingberg (Secrétaire général du Ministère de la Communauté française). Le vendredi 15 octobre, de 9 à 13 heures, Restaurant "La Table du 15" 157, route de Genval, 1380 Lasne. Participation aux frais (le buffet sandwiches inclus) : 250 ou 350 FB. Contact : 010/ 24 37 15 ■

MARCHÉ COV

“Cover” est l’une des très rares nouveautés de cette rentrée 1999 à la RTBF. L.A.T.A. l’a regardée attentivement.

Cette émission est diffusée du lundi au vendredi sur la Une à 13H30 et rediffusée sur La Deux à 19H25. Elle est coprésentée par Jean-Louis Lahaye et Alice de Selys.

Cette dernière définissait le concept de Cover à René Michiels dans le “Télépro” du 26 août 1999 : *“Présenter chaque jour pendant dix minutes des sujets sur l’actualité du cinéma et du show-biz. Cover est une émission d’infos, pas une version télé de Gala ou Voici”.*

EST-CE UNE ÉMISSION ?

Cover ne dure pas dix minutes. Sans ses génériques de début et de fin (qui permettent de présenter le sponsor), l’émission proprement dite dure environ cinq minutes : 4 minutes 45 (le 15 septembre 1999), moins de 4 minutes (le 3 septembre 1999). L’émission est tellement courte qu’on peut se demander si c’est bien utile de faire lire à ses présentateurs, chaque jour, un sommaire !

TROP TÔT

Non seulement, elle passe comme un ovni... mais elle n’est pas toujours à l’heure ! Annoncée à 13H30... elle est parfois déjà terminée à ce moment-là ! Ce fut le cas, le 7 septembre 1999. Les 21 et 28 septembre 1999, l’émission a commencé avec quatre minutes d’avance.

On peut comprendre qu’à cause de l’actualité trop dense, Cover soit en retard : ainsi, le 15 septembre 1999 ou le 22 septembre 1999, son générique a démarré vers 13H36. Mais l’inverse est inadmissible car la RTBF pourrait prévoir la diffusion de programmes courts pour faire patienter les téléspectateurs.

INFOS... PRIVÉES !

Nous supposons que lorsque Alice de Selys explique que Cover est une émission d’infos qui n’est pas une version télé de Gala ou Voici, elle veut dire que notre Service public y propose des informations sur la vie professionnelle, publique, et non sur la vie intime des personnalités dont elle parle. Alors pourquoi, pour présenter le chanteur Jean-Louis-Murat, le 15 septembre 1999, après nous avoir révélé son âge et son vrai nom, les deux co-anima-

teurs de Cover ont-ils tenu à nous signaler que Murat passe beaucoup de temps chez ses grand-parents dans une petite ferme isolée et qu’il a eu son premier enfant à dix-sept ans...

CLIP... EN “EXCLU” !

Toujours à propos de cette séquence consacrée au chanteur français, le sommaire de Cover nous mit en appétit : *«Le tout nouveau clip de Murat en exclu pour nous».*

Les présentateurs, quelques minutes plus tard, renchérent en concluant ainsi leurs potins sur la vie privée de Murat : *«Le plus important dans l’histoire, c’est quand même que nous avons pour vous son dernier clip vidéo et c’est une exclusivité Cover».*

En fait de vision en avant-première du clip, nous eûmes droit à quelques instants pendant lesquels un commentaire nous empêchait d’écouter la musique, quelques autres secondes consacrées à l’annonce des dates des prochains concerts de Murat... et 12 secondes pendant lesquelles nous avons réellement découvert les images et la musique du fameux clip.

REPORTAGE ?

Cover aime bien se faire mousser... et perd le sens des mots. A plusieurs reprises (par exemple, les 7 et 13 septembre 1999), les co-présentateurs annoncent aux téléspectateurs qu’ils vont leur diffuser un “reportage”. A chaque fois, on nous trompe sur la marchandise. On a capté notre attention mais on ne nous offre que des images extraites d’un film ou d’un clip sur lesquelles a été enregistré un commentaire probablement rédigé à partir de documents promotionnels.

RÉELLEMENT ?

Le sponsor “Kinépolis” : reparlons-en ! Le 22 septembre 1999, nous avons interrogé Monique Dodémont, la productrice de Cover. Elle nous a affirmé : *«Je n’ai aucun contact avec le sponsor. Je ne sais même pas ce qu’ils pensent de l’émission».*

Les faits semblent pourtant contredire ces propos. En effet, une nouvelle rubrique est apparue dans l’édition du mercredi de Cover. Que n’inventerait-on pas pour faire apparaître à l’écran, pendant le déroulement de l’émission, le nom du sponsor ? Cette rubrique qui présente les cinq films préférés par le public durant la

semaine écoulée propose au bas de l’écran la mention “source Kinépolis”.

Comment les deux co-animateurs définissent-ils cette séquence, lorsqu’ils la présentent aux téléspectateurs ? *«Les films qui vous ont réellement plu, cette semaine. Ceux qui ont cartonné. Voici le Top 5 des entrées cinéma»* (15 septembre 1999), *«Vous les avez vu, vous les avez aimé. Voici le Top 5 des entrées»* (22 septembre 1999).

Cette présentation est carrément trompeuse. En fait, il ne s’agit pas des entrées réalisées dans l’ensemble des cinémas de chez nous durant la semaine écoulée. Monique Dodémont nous a confirmé qu’elle diffusait, en fait, les résultats des complexes Kinépolis, du mercredi au dimanche inclus de la semaine précédente. Ces chiffres lui sont communiqués plus rapidement que les chiffres –qui existent– des entrées dans toutes les salles et durant toute la semaine. Mais, selon elle, les films gagnants jusqu’à présent sont les mêmes !

Elle ne nous dit pas... que si elle diffusait le vrai hit des entrées dans toutes les salles, elle n’aurait plus le prétexte de faire apparaître à l’écran le nom de Kinépolis...

ERREUR SUR LE PUBLIC

Monique Dodémont regrette que Cover ne soit pas regardé par beaucoup de jeunes. L’émission est surtout suivie par un public âgé lors de sa diffusion en début d’après-midi sur la Une. L’audience de la rediffusion sur la Deux qui pourrait toucher plus aisément les jeunes est faible.

Dès lors, pourquoi présenter comme *«le palmarès des films qui vous ont vraiment plu»*, ce hit qui ne concerne que les grands complexes Kinépolis fréquentés principalement par une population jeune... aux téléspectateurs de Cover qui n’appartiennent pas du tout à cette catégorie d’âge. Ce public majoritaire de Cover, lorsqu’il va au cinéma, va probablement dans d’autres salles que celles de Kinépolis. Il voit sans doute d’autres films qui n’ont rien de commun avec les productions américaines omniprésentes dans le “hit” de Cover.

DÉCOUVRIR LA RÉALITÉ

Si l’on veut présenter les tendances de la fréquentation des salles de cinéma sur une chaîne de télé du Service public, il faut respecter la diversité des pratiques cultu-

ER À LA RTBF

relles du public. A côté d'un classement des résultats des méga-complexes (il n'y a pas que Kinépolis, il faudrait également analyser les résultats des salles UGC), il convient aussi de présenter les entrées dans les salles d'art et d'essai. Ainsi, cette saison, il faut savoir que les entrées dans les méga-complexes accusent une forte baisse tandis que des salles telles que l'Arenberg-Galleries de Bruxelles connaissent une progression importante. Pareilles évolutions ne peuvent pas être découvertes ou déduites par les téléspectateurs qui regardent Cover.

Le résultat des entrées n'est intéressant que s'il est pondéré par le nombre de salles qui présentent le film. Ainsi, Luc Honorez écrivait dans Le Soir du 30 septembre 1999 : "...notons que *Les Convoyeurs attendent du Namurois Benoît Mariage, réalise, en France, la deuxième meilleure moyenne par copie juste derrière Eyes Wide Shut de Stanley Kubrick*".

Des journaux tels que le Monde ou Libération présentent aussi chaque semaine les résultats des audiences mais ils utilisent cette rubrique pour proposer une analyse nuancée de l'évolution des choix du public. La RTBF considère-t-elle que pareille option n'intéresserait pas ses téléspectateurs ? Ceux-ci seraient moins curieux que certains lecteurs de la presse écrite ?

LES PREMIERS !

La solution Kinépolis a la préférence de Monique Dodémont parce qu'elle est très rapidement disponible, et pour cause ! Les co-présentateurs en font d'ailleurs un argument de vente : «*Toutes les semaines, ça s'y bouscule. Et nous sommes parmi les premiers à vous les communiquer : le Top 5 des entrées*» (29 septembre 1999). Dans le MAD du mercredi, Le Soir préfère prendre son temps et propose des données de l'Association belge des distributeurs. Est-ce le public qui est pressé, ou est-ce la télé ?

PARTENARIATS "MAISON"

Cover s'achève par la présentation de deux ou trois infos en bref. Pourquoi revient-on à plusieurs reprises sur le même sujet ? Ainsi, il y fut question le 31 août et le 22 septembre 1999 de la nuit consacrée à Jeanne Moreau au Cirque Royal. Falloit-il favoriser la prévente des tickets ? Et lancer un dernier rappel, quelques

jours avant le jour J ? Le compte-rendu de cette soirée publié par La Libre Belgique du 27 septembre 1999 peut le laisser deviner : "...*pour remplir un Cirque, sans doute faut-il autre chose que [...] cette grande fête de famille, etc.*"

Cette soirée qui s'est déroulée le 25 septembre 1999 était organisée par les Nuits Botaniques dont la RTBF et Radio 21 sont partenaires. Un hasard, sans doute... Tout comme le sujet de cette autre brève proposée le 28 septembre 1999 : l'annonce d'une soirée patronnée par la RTBF à Imagimons (une succursale de Kinépolis) pour la projection du film Jeanne d'Arc...

A force de favoriser les partenariats-maison, Cover passe à côté de ce qui devrait être sa vraie mission : parler de l'actualité publique signifiante de nos cinéastes, chanteurs, etc.

DOUBLON

Il n'est pas impossible que Cover s'améliore et la RTBF a déjà fait évoluer la cellule de base qui rédige les textes de

l'émission. Est-ce la bonne solution ? Même de meilleure facture, Cover continuera à faire doublon. D'autres émissions présentent déjà les nouveautés cinématographiques lors de leur sortie en salle. Est-il vraiment indispensable de créer une émission qui anticipe le même travail, un à deux mois avant la sortie des mêmes films... Quant aux dates d'une tournée de Jean-Louis Murat, elles peuvent être annoncées dans Javas dont c'est la vocation.

En fait, Cover, sponsorisé par Kinépolis, squatte l'espace et l'énergie que la RTBF pourrait consacrer aux annonces des activités dites d'éducation permanente qui ne disposent d'aucun lieu d'exposition régulier sur le petit écran. Il faudrait bien quatre minutes quotidiennes pour présenter les conférences, les colloques et toutes les actions qui concernent la santé, l'énergie, l'habitat, les transports, l'aide au tiers-monde, l'évolution des médias, la sociologie, la philosophie, etc. ■

LES MIDIS DE L'AUDIOVISUEL

La 40ème séance des "Midis de l'audiovisuel" se déroulera le

jeudi 18 novembre

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

LE JOURNAL TÉLÉVISÉ EST-IL UN RÉCIT ?

avec Frédéric Antoine et Marc Lits

Pour la 40ème séance des Midis de l'Audiovisuel, l'Association des Téléspectateurs Actifs (ATA) rencontre Frédéric Antoine et Marc Lits. Tous deux sont professeurs au département de communication de l'UCL.

Ils nous présenteront l'Observatoire du Récit Médiatique.

Cette structure universitaire analyse notamment comment les médias présentent l'actualité : la mort du Roi Baudouin ou de Lady Di, la Coupe du Monde, l'année "blanche", la crise de la dioxine, etc.



Les activités de l'ORM sont multiples : groupe de recherche, colloques, publications. Et, souvent, par l'un ou l'autre de ses chercheurs, analyse "à chaud" de l'actualité médiatique, sous forme d'interviews ou de tribunes, dans Le Soir ou La Libre Belgique.

CASSE-CROÛTE GRATUIT

fnac

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.

BIENTÔT TRENTE ANS

Sur BBC 1, à 17 heures (heure locale), du lundi au vendredi, Newsround s'adresse quotidiennement pendant dix minutes aux enfants âgés de 10 à 12 ans.

L.A.T.A. a interrogé Ian Prince, *Séries Producer de Newsround.*

• • •

• Quand et pourquoi Newsround fut-il mis à l'antenne ?

• En 1972. La BBC pensait que les enfants devaient être mis au courant des nouvelles les plus importantes du monde.

• L'émission est destinée aux enfants de quel âge ? Pourquoi ce choix ?

• 10-12 ans, pour correspondre avec la tranche d'âge des émissions pour enfants qui étaient diffusées dans le créneau horaire où Newsround allait s'intercaler.

RELATION AVEC LE PUBLIC

• Combien d'enfants la regardent ?

• Environ un million.

• L'émission a-t-elle également été créée pour les adultes ?

• Non. Cependant, beaucoup d'adultes la regardent pour mieux comprendre les nouvelles qui sont souvent complexes.

• Combien ?

• Près d'un million d'adultes. Les parents regardent souvent avec leurs enfants mais il y a également des téléspectateurs qui trouvent que Newsround est plus attirante que les émissions de news destinées aux adultes.

• L'audience vous satisfait-elle ?

• Nous en prenons toujours connaissance avec attention !

• Que pense le public de Newsround ?

• Beaucoup d'enfants nous contactent. Nous recevons des lettres et des messages électroniques. Nous demandons aux enfants de téléphoner lorsque nous ouvrons un nouveau dossier. Nous parlons aussi aux enfants pour découvrir leurs réactions. La plupart sont positives.

• Utilisez-vous ces témoignages ?

• Nous prenons note de ces commentaires pour améliorer l'émission. De temps en temps, nous demandons à nos correspondants de nous faire un compte-rendu sur tel ou tel sujet qui nous intéresse.

BUDGET

• Combien de personnes travaillent-elles à la réalisation de l'émission ?

• L'équipe éditoriale est composée d'une douzaine de personnes, sans compter le personnel qui s'occupe de la technique.

• Quel est le budget annuel de Newsround ?

• Il n'est jamais suffisant !

• Est-il cher comparé à celui d'autres émissions pour enfants ou pour adultes ?

• Notre budget est extrêmement petit comparé à ceux des émissions d'information pour les adultes. Il est plus important que celui des autres émissions pour les enfants parce que, contrairement à celles-ci, nous ne suspendons pas Newsround pendant les six semaines de vacances.

CONTENU ET FORME

• Y a-t-il des sujets que vous abordez davantage ?

• Les sujets qui concernent directement les enfants sont les plus fréquents. Nous réalisons également des dossiers sur la pop music, l'environnement, les catastrophes environnementales ou les animaux. Les événements du Kosovo ont été un sujet très important, cette année, pour nous.

• Quels sont les thèmes que vous évitez d'aborder ?

• Les meurtres et les abus d'enfants.

• Utilisez-vous les mêmes formes que celles employées dans les émissions pour adultes (interview, reportage, débat, micro trottoir, etc.) ?

• Globalement oui, mais nous essayons de le faire de manière plus passionnante pour les enfants : utilisation accrue de la musique, graphiques plus colorés, montages plus rapides...

• La RTBF va créer également son JT junior. Si vous deviez lui donner quelques conseils...

• Il faut être absolument indépendant des services d'information pour les adultes. Par exemple, les manières de classer par intérêt les informations du jour sont fort différentes... ■

Questions :
Benoit Goossens

Traduction :
Judith Nichol

Brèves

JT JUNIOR

AN 2000

Dans un entretien accordé à Pierre-François Lovens pour La Libre Belgique du 3 septembre 1999, Christian Druitte, l'Administrateur général de la RTBF précise, à propos du JT pour les enfants : "Pour réaliser correctement ce projet, il faudra trouver une trentaine de millions... Et pour l'instant, je ne les ai pas encore. Mais le projet est aujourd'hui à l'étude et devrait, en principe, voir le jour en 2000".

CŒUR DE MAMINE

A la mi-septembre, la Ministre de l'Audiovisuel Corinne de Permentier visita le Centre de la RTBF Liège et rencontra sa Directrice, Mamine Pirotte. Les comptes-rendus de la presse sont unanimes : il fut beaucoup question du JT junior. Le Matin affirme que la Ministre "...a déclaré qu'elle espérait la mise sur pied l'an prochain du Journal télévisé des enfants, lequel sera produit par le Centre de Liège".

La Meuse note : "Le Centre RTBF Liège est donc dans les bonnes grâces de Corinne de Permentier, qui compte bien soutenir ses projets, dont le moindre n'est pas la mise sur pied du fameux Journal télévisé des enfants : "Un projet qui tient au cœur de Mamine Pirotte et un challenge important à réussir dès le départ"."

DIFFÉRENTS MINISTÈRES

Le 24 septembre 1999, paraissaient deux longs entretiens de la Ministre de l'Audiovisuel où elle précise son option pour le JT junior. A Christine Simon, pour Le Soir : "...Avec les responsables de la RTBF j'ai discuté des nouvelles initiatives,

FIN DE LA "CONSULTATION" !

Au cours du "Controverse" du 5 septembre 1999 sur RTL TVi, vous avez posé la question suivante aux téléspectateurs : faut-il interdire toute publicité pour le tabac ?

Lorsque vous avez consulté les premiers résultats, vous avez levé toute ambiguïté avec un grand professionnalisme : «*Un petit coup d'œil sur notre consultation téléphonique assez intéressant, même si ce n'est pas un sondage, je le répète.*»

L'OPINION PUBLIQUE !

Hélas, tout le monde ne saisit probablement pas les nuances de votre avertissement. Ainsi, l'un de vos invités, ce parlementaire PSC à qui vous avez demandé de commenter les premiers résultats favorables aux défenseurs de la pub tabac :
*- Mr Lefèvre, étonnant, non ?
- Je ne vais pas suivre l'opinion publique...*

Ainsi, Jacques Lefèvre laisse entendre, malgré vos précautions oratoires, que votre "consultation" représente l'avis de l'opinion publique.

Nous demandons que vous tiriez les enseignements de cet incident. Abandonnez donc ces "consultations" téléphoniques !

D'AUTRES MOYENS

Elles ne rapportent pas beaucoup d'argent à RTL TVi puisque ses communications 0900 sont extrêmement brèves.

Bien entendu, elles provoquent un certain suspense

dans l'émission et elle permettent de créer l'impression auprès des téléspectateurs qu'ils peuvent participer au déroulement de Controverse.

Mais vous disposez d'autres moyens pour atteindre cet objectif. Développez donc leur usage : le témoignage par téléphone et le fax. Ces deux procédés vous permettront également, tout comme la consultation téléphonique, de faire prendre conscience aux téléspectateurs que votre émission se déroule en direct.

TÉLÉPHONISTES PROFESSIONNELS

Hélas, vous ne proposez les résultats de votre consultation que sous forme de pourcentages. Donc, nous ignorons combien d'appels téléphoniques l'émission a suscité. Bien que nous n'avons pas accès à cette information (une seule fois, vous avez donné à l'antenne le nombre de communications, bien entendu lorsqu'il était très élevé), nous nous permettons de proposer à votre réflexion cette dernière hypothèse. L.A.T.A. connaissait, plusieurs jours avant son déroulement, le thème de votre émission. Il est donc probable que les représentants des intérêt cigarettiers l'étaient également. Nous savons que l'enjeu de la disparition de toute forme de publicité pour le tabac est capital pour ceux-ci et qu'ils disposent de moyens financiers extrêmement importants pour défendre leurs intérêts. Il est de notoriété publique que d'autres consultations

téléphoniques sur d'autres antennes sont parfois manipulées. Certaines firmes de disques, ainsi, ont parfois engagé des personnes pour soutenir l'artiste maison lors de compétitions téléphoniques qui devaient sélectionner, dans un pays étranger, leur représentant(e) à un concours de variété internationale.

INTOXICATION PEU CHÈRE ?

RTL TVi a-t-il prévu des mesures techniques qui empêcheraient pareille manipulation ? N'avez-vous pas remarqué, dans la presse écrite, ces dernières semaines, la publication de nombreuses lettres allant également dans le sens des intérêts des cigarettiers ?

Ecrire ces lettres ou téléphoner à votre consultation peuvent influencer l'opinion publique et pourquoi pas quelques parlementaires. Le coût de pareille opération, s'il s'avérait qu'elle est "organisée", est insignifiant par rapport au prix d'une campagne publicitaire. Ceci n'est qu'une hypothèse. Nous espérons néanmoins que vous puissiez adopter une attitude prudente. Vous le savez, Controverse a un impact important et peut influencer le monde des décideurs.

Nous espérons que vous pourrez tenir compte de notre réflexion.

Nous nous engageons à publier votre réaction dans l'un des prochains numéros de "Comment Télé-Vous ?" ■

POSITIVEMENT VÔTRE

5 minutes en plus

Le 12 septembre 1999, Didier Epelbaum, le Médiateur de la rédaction de France 2, a annoncé ainsi que son émission du samedi (qui démarre à 13H15) était non seulement reconduite mais également allongée, pour sa seconde saison : «*...Difficulté de rendre compte de l'événement, difficulté de l'illustrer. Les sujets de débat sont nombreux et la direction de France 2 a accordé du temps supplémentaire à cet Hebdo du Médiateur. C'est donc sur 20 minutes que vous pourrez désormais mieux vous exprimer.*» Et à la RTBF, on objecte, pour ne pas créer

une émission analogue, le fait qu'il n'y aurait pas suffisamment de sujets à traiter... alors que la RTBF réalise un nombre équivalent d'heures d'émissions d'information ! ■

Les plus croquants

L'hebdo français Télérama du 22 septembre 1999 consacre une enquête détaillée aux émissions de télé qui présentent les sorties en salle des nouveaux films. Son titre : "Tous les films, ils sont beaux... tous les acteurs, ils sont gentils". Un exemple belge y contraste avec la morosité française : "A l'opposé, les plus cro-

quants sont sans doute les Belges Philippe Reynaert et Bernard Polet, de la RTBF, qui, par la grâce de TV5, nous gratifient de leurs critiques acides et (im)pertinentes dans un décor de JT époque Buttes-Chaumont".

Espérons que les téléspectateurs de la RTBF ne devront pas veiller de plus en plus tard, comme ce fut le cas, la saison dernière, pour découvrir ces preux chevaliers cinématographiques que les français commencent à nous envier.

Désormais, Télécinéma n'est plus diffusé le mardi mais bien le mercredi, en troisième partie de soirée sur la Une (rediffusions: jeudi soir sur la Deux et samedi sur la Une). ■

LA DISCRÈTE

La Commission d'enquête parlementaire "Dioxine" a été constituée à l'unanimité par la Chambre, le 17 juillet dernier.

• • •

Les travaux sont l'étude de l'organisation de la production de viande, de produits laitiers et d'œufs en Belgique, l'élaboration d'un inventaire des faits qui ont entraîné la contamination par la dioxine ainsi que l'analyse de la chaîne alimentaire et de l'ensemble des règles existantes en la matière. La commission doit également établir les responsabilités politiques de ce qu'on n'ose plus appeler la crise du poulet... mais bien de la viande dans sa quasi globalité. Comment le dossier a-t-il été traité au moment de sa découverte ? Quel(s) service(s) (ne) sont (pas) intervenus, etc.

La récente déclaration gouvernementale "arc-en-ciel" de la Communauté Wallonie Bruxelles est indi-

catrice : "...la politique d'éducation permanente se développera dans le cadre de la politique d'éducation tout au long de la vie". La médiatisation de la Commission Dioxine pourrait s'inscrire dans cette orientation. La RTBF aurait eu intérêt à prendre une initiative en ce sens. En effet, on peut également lire, dans la même déclaration que : "...le gouvernement soutiendra les initiatives visant... au renforcement de ses missions de service public..." La mission d'éducation permanente de la RTBF trouverait là un projet d'utilité publique qui intéresse le vaste public.

Depuis les dernières élections, on nous parle sans cesse de nouvelle culture politique et, également, de transparence, d'efforts de communication à l'égard des citoyens. Ces intentions ne sont-elles pas que de simples slogans ?

SILENCE !

N'était-il pas logique qu'au moment où la Commission Dioxine fut mise en

place, le débat sur son éventuelle médiatisation soit porté sur la place publique ? Ce ne fut pas le cas. L'été fut silencieux.

Un mois et demi plus tard, dans son édition du 9 septembre 1999, La Libre Belgique sera l'un des rares organes de presse écrite à s'interroger : "La commission dioxine moins porteu-se que la commission Dutroux ?"

Gérard Lovérius, le Directeur de la télévision, a répondu au quotidien : "C'est une question de moyens et d'intérêt du public".

INTÉRÊT DU PUBLIC

Les moyens seront utilisés sans doute pour d'autres événements à l'agenda du mois de décembre : le mariage Princier, le passage à l'an 2000. C'est un choix. Quant à l'intérêt du public, la RTBF le mesure-t-elle bien ?

De toute manière, et c'est particulièrement grave, aucun débat public ne s'est déroulé avant que ne tombe la décision de ne pas diffuser les travaux de cette Commission. ■

Info unilatérale

ON SE RATRAPPE COMME ON PEUT



Le lundi 30 août 1999, l'équipe du JT de la RTBF s'est bien rattrapée.

• • •

Ce matin-là, le professeur Marcel Frydman téléphone au rédacteur en chef Michel Konen pour lui signaler que la présentation, la veille, de l'interdiction de la publicité tabac au Grand Prix de For-

mule 1 de Belgique était tendancieuse et unilatérale. Alors, Thierry Bellefroid est chargé d'interviewer le professeur et le reportage sera diffusé au démarrage du JT de la mi-journée ainsi que vers 19H35.

Le travail avait été très mal réalisé, la veille. En effet, le jour même du Grand Prix de Francorchamps, les téléspectateurs n'eurent droit qu'aux contrevérités du

Ministre Kubla («en France, l'application de la loi Evin n'a pas diminué le nombre de fumeurs», etc.). Comment est-ce possible ? Depuis de nombreux mois, cette problématique fait régulièrement la une des JT et il n'est guère compliqué de prévoir à qui il faut donner la parole pour permettre aux téléspectateurs de découvrir des témoignages contradictoires. ■