

Comment télévez vous?

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

4 avril 2001

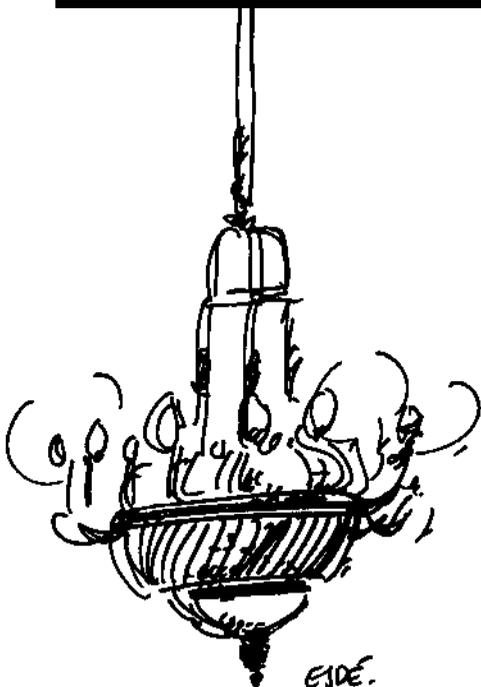
Périodique mensuel de
l'Association des Téléspectateurs
Actifs asbl

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

Numéro

61

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



L'A.T.A. au Parlement

Nous publions les propositions de l'A.T.A. faites aux parlementaires concernant la refonte du contrat de gestion de la RTBF (page 5 à 21).

Nous vous proposons également les communications de l'A.J., l'association des journalistes de la RTBF (page 20 à 23) et de La Ligue des Familles (page 23 à 24).

En toute indépendance

UN MÉDIATEUR EXTÉRIEUR

[13/03/2001 (1)]

Le 8 mars 2001, le Gouvernement de la Communauté française a approuvé un avant-projet de décret instituant un service de médiation.

...

Selon La Libre Belgique (09/03/2001), il s'agit "...d'une autorité publique indépendante qui intervient auprès des services administratifs pour tenter de régler un problème concernant leurs décisions ou attitudes, à la demande du citoyen".

Ce médiateur sera compétent pour le Ministère de la Communauté française, l'enseignement organisé par la Communauté, les organismes d'intérêt public (ONE, service de perception de la redevance radio et TV, le CGRI) ainsi que la RTBF!

En effet, selon Le Soir du 08/03/2001 : "Les verts revendiquaient que le médiateur soit compétent pour la RTBF. Les libéraux ont embrayé, le point est passé". Le PS, lui, préfère

consolider la médiation interne. Pour l'A.T.A., tout cela se complète très bien.

DEUX MINISTRES

Selon le même article de La Libre Belgique, "...Tant du côté du cabinet de Rudy Demotte (Ministre de la fonction publique) que de celui de Richard Miller (en charge de l'Audiovisuel), on laissait entendre que le prochain contrat de gestion de la RTBF devrait faire explicitement référence au décret créant la fonction d'ombudsman au niveau de la Communauté. "Il me paraît préférable d'avoir un service de médiation externe à la RTBF" nous a confié M. Miller... Le projet de Rudy Demotte a fait au moins un heureux dans le chef de l'Association des téléscripteurs actifs (ATA)".

Lors de cette audition, le 7 mars 2001, l'A.T.A. a notamment proposé aux parlementaires de confier la tâche de médiation à un organe extérieur à la RTBF. Il faudrait également que celui-ci réalise une émission de média-

tion hebdomadaire que la RTBF devrait diffuser en radio et en télévision dans des créneaux de forte audience proposées par le législateur. Ceci ne doit bien entendu pas amener la RTBF à ne plus devoir répondre au courrier des usagers et le traiter dans son rapport annuel (voir page 9).

CHALLENGE RATÉ

Il nous semble qu'il serait malvenu que la RTBF s'insurge contre cette décision gouvernementale. En effet, pendant quatre ans, elle a eu la possibilité de mettre en place en son sein un service de médiation efficace. Sa direction a raté ce challenge, notamment en ne donnant pas les moyens à son personnel de mener à bien cette tâche. Comment croire que la RTBF était de bonne volonté alors qu'elle deman-

Suite page 2 ▶

(1) La date [entre crochets] publiée au début des articles indique la date de la fin de l'écriture de ceux-ci. Espérons que les télé adoptent une pratique analogue qui permettrait aux téléscripteurs de découvrir, par exemple, quelles sont les émissions en différé ou en direct.

Suite de la page 1

daît à la même personne de réaliser des tâches aussi inconciliables que de coordonner ce travail de médiation et d'assurer la "communication" de l'Administrateur général !

"MISE À L'ORDRE" ?

Certains affirmeront qu'il y aura "double emploi" avec le travail du Conseil supérieur de l'Audiovisuel. Le travail principal du CSA est d'analyser si la RTBF respecte la législation. Le médiateur de la Communauté française pourra prendre en compte d'autres demandes du public que le CSA n'est pas habilité à traiter.

Toujours dans La Libre

Belgique, le 12 mars 2001, Guy Daloze s'interroge : "...*Mise en ordre ou mise à l'ordre ? Le pire et le meilleur... RTBF : médiateur ou surveillant...*".

Il ne faudrait pas, bien entendu, que le médiateur limite la liberté d'expression du service public. Guy Daloze a raison de poser cette question concernant le nouveau médiateur : "...*Aura-t-il des moyens de pression sur le contenu de l'antenne ou sera-t-il un simple gadget interactif?*".

Les autres médiateurs ne peuvent pas donner des ordres. Ils peuvent uniquement tenter de concilier les points de vue, donner leur opinion, en assurer la publicité auprès des médias et

proposer aux parlementaires de faire évoluer la législation, lorsque cela s'avère nécessaire.

Ainsi, la RTBF ne sera jamais obligée d'obéir au Service de médiation. Par contre, elle ne pourra plus éviter le débat démocratique. Ainsi, ses auditeurs et ses téléspectateurs auront davantage envie de lui écrire. Ils participeront peut-être à son évolution.

Si la RTBF n'a pas envie que les citoyens aient recours au médiateur de la Communauté française, il lui suffira de mieux respecter ses usagers. Fini, la "communication". Voici l'avènement de dialogues fructueux entre le Service public et ses publics. ■

La pub et les enfants

VU DE FLANDRE

[14/03/2001]

Le quotidien français Libération du dernier week-end de février 2001 amorçait son tour d'horizon des réglementations de différents pays Européens concernant la publicité enfants en télé par la prise de position du Ministre Jean-Marc Nollet "poussé par l'A.T.A."

• • •

Le Ministre de l'Enfance s'est déclaré en faveur de la suppression des spots publicitaires, 5 minutes avant et après les émissions pour les enfants, ce 30 janvier 2001, lors de notre "Midi de l'Audiovisuel".

BIENTÔT, UNE TABLE RONDE

Participait également à

cette rencontre le Secrétaire général de La Ligue des Familles, Jacques Sepulchre. Nous sommes très heureux que celui-ci a repris la balle au bond. Le 20 février 2001, il écrivait à Mr Richard Miller, le Ministre de l'Audiovisuel, pour lui demander d'organiser rapidement une table ronde. Le lendemain, l'éditorial du Ligueur était titré : "Ab, la pub !" et proposait que ladite table ronde réunisse "les responsables du monde politique, du Conseil supérieur de l'Audiovisuel, des médias, de la publicité, du JEP, d'experts universitaires, de représentants des organisations représentatives des familles et des consommateurs ainsi que des associations actives sur la question". Cette table ronde devrait également s'intéresser à la régulation de la

publicité, au besoin de doter le CSA d'un "véritable instrument d'observation des médias" et de renforcer les initiatives d'éducation aux médias. Le 13 mars 2001, Mr Jacques Sepulchre, lors de son audition au Parlement (voir page 24), annonçait que le Ministre Richard Miller lui avait confirmé que la table ronde se déroulerait au cours du mois d'avril 2001.

LE MINISTRE EST POUR

D'autre part, le 20 février 2001, à une question d'actualité posée par le parlementaire écolo Michel Guilbert, le Ministre de l'Audiovisuel a déclaré être "pour l'application d'un système similaire à celui de la Flandre", à savoir la règle qui interdit la présence de publicités, 5 minutes avant et après les programmes destinés aux enfants. ■

Unanimité gouvernementale

UNE 4^{ème} POUR LA 5^{ème}

[01/03/2001]

Deux composantes du gouvernement arc-en-ciel, par le biais de l'avis de trois Ministres, avaient déjà marqué leur intérêt pour l'arrivée de La 5ème sur le câble : les libéraux et les écolos grâce aux prises de position des Ministres Jean-Marc Nollet, Pierre Hazette et Richard Miller (voir Comment Télé-Vous ? N°60).

• • •

Depuis ce 22 février 2001, les socialistes ont également pris position en faveur de la

Chaîne de la Connaissance. Mme Françoise Dupuis, Ministre de l'Enseignement supérieur et de la Recherche Scientifique nous écrit : "J'ai bien reçu votre lettre me demandant de favoriser une décision du Gouvernement de la Communauté française visant à permettre la diffusion de la Cinquième en Belgique francophone. Vous n'ignorez pas que ce domaine figure dans les compétences de mon collègue Richard Miller, Ministre de l'Audiovisuel et des Arts et Lettres.

Compte tenu de l'intérêt éducatif que présente la

Chaîne de la Connaissance, je puis cependant vous assurer que je ne manquerai pas d'appuyer tout projet en ce sens qui serait soumis à la décision du Gouvernement".

Encore faut-il que La 5ème souhaite être diffusée chez nous ! Il faudra la convaincre. Naguère, des télédiffuseurs l'avaient diffusée sans payer les droits d'auteurs y afférents... Il convient donc que le Gouvernement de la Communauté française garantisse à la chaîne française que les attitudes laxistes de nos télédiffuseurs sont bel et bien révolues. ■

Inattendu mais évident !

"JAVAS" BIS (SUITE)

[15/03/2001]

Serge Albadeff, notre interlocuteur au Service de la Communication à la Fnac, lorsqu'il découvre la thématique du 56ème "Midi de l'Audiovisuel" de ce mois d'avril 2001 nous dit : "C'est évident et important. Je n'y aurais jamais pensé mais votre demande que la RTBF crée un Javabis consacré à l'éducation permanente sera très utile... Il a fallu que vous l'exprimiez pour que je me rende compte de ce vide qu'il faudrait absolument combler".

...

Cette remarque est représentative de l'accueil réservé à notre pétition. De nom-

breuses signatures nous parviennent des quatre coins de la Communauté française et ce, malgré le fait que cette pétition est inattendue, assez spécifique et ne fait appel à aucun sentimentalisme.

DIX PARLEMENTAIRES

Dans la précédente édition de "Comment Télé-Vous ?", nous avons déjà publié les signatures du Ministre Rudy Demotte et de diverses personnalités de premier plan issues du monde de l'éducation permanente.

Dix parlementaires appartenant à toutes les formations politiques démocratiques soutiennent notre pétition. Il s'agit de Michel Guilbert et Bernadette Wynants (Ecolo), Richard Biefnot, Christian Dupont et Paul Ficherouille (PS), André Bouchat (PSC) et Amina Derbaki Sbaï,

Jacques Otlet et Philippe Smits (PRL FDF MCC).

DEUX MEMBRES DU C.A.

Deux membres du Conseil d'Administration de la RTBF ont également signé notre texte, le vice-président écolo Jacques Liesenborghs et l'administrateur socialiste Laurent Despy, également secrétaire politique du groupe socialiste du Parlement de la Communauté française.

PAS DE SIGNATURE MAIS...

Deux autres personnalités de premier plan apprécient notre proposition mais ne signeront pas notre texte.

Henry Ingberg, Secrétaire général du Ministère de la Communauté française nous écrit : "Le texte relatif à un "Javabis" pour l'éducation ▶

LES MIDIS DE L'AUDIOVISUEL

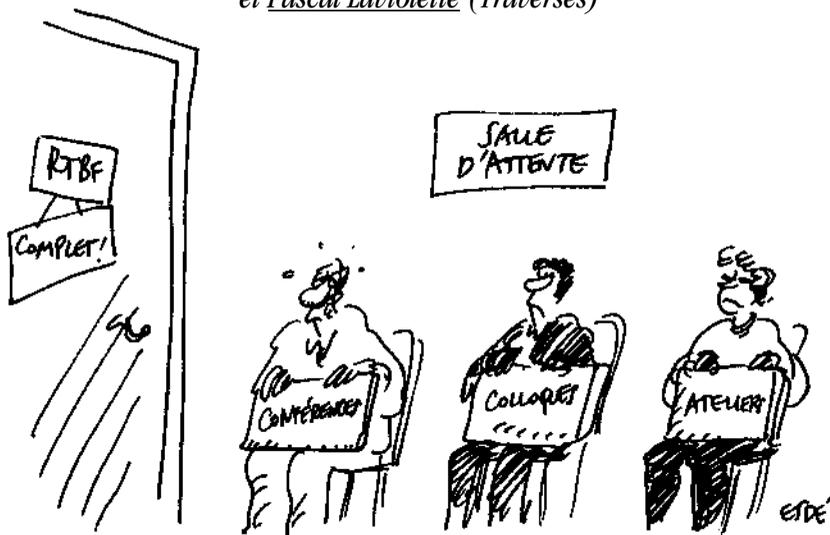
Dans le Forum de la Fnac Bruxelles
City 2, Rue Neuve

Judi 5 avril 2001

de 12H30 à 14H

LE SECTEUR ASSOCIATIF EST-IL BIEN TRAITÉ PAR LA RTBF ?

Avec
Michel Goffin (Equipes Populaires)
Philippe Hensmans (Amnesty International)
et Pascal Laviolette (Traverses)



Pour cette 56ème séance, l'Association des Téléspectateurs Actifs (A.T.A.) rencontre Michel Goffin, le secrétaire général des Equipes Populaires, Philippe Hensmans, le directeur d'Amnesty International et Pascal Laviolette, le rédacteur en chef de Traverses, le mensuel de l'économie sociale et de la vie associative.

Les deux chaînes de télévision de la RTBF consacrent très peu de temps au secteur associatif, aux ONG et à l'éducation permanente. Par contre, le sport ou la culture...

La RTBF ne serait-elle pas très "sociale" ? En télé, plusieurs agendas sont consacrés aux activités culturelles : concerts, théâtre, expos... Par contre, aucune émission n'y annonce régulièrement les colloques, les conférences, les activités d'associations, etc.

Jamais on ne vous y expliquera comment fonctionne un atelier de lettres d'Amnesty. Quelles différences existent entre les différents numéros de comptes qui sont proposés à notre générosité pour secourir les victimes d'une catastrophe ? Etc.

Parce que ces émissions pourraient donner la possibilité aux téléspectateurs de devenir des citoyens moins voyeurs et plus actifs.



ENTRÉE GRATUITE



Esdé réagira, par le biais de ses dessins, aux idées émises pendant ce "Midi". À la fin de la séance, une tombola gratuite est organisée. Six vainqueurs recevront des dessins originaux. De 12H15 à 12H25, des tickets de réduction d'une valeur de 70 FB (valables avant et après la rencontre) sont proposés pour les sandwiches au café de la Fnac situé à côté du Forum.

permanente a retenu toute mon attention. Je partage personnellement votre point de vue, et je m'efforcerais de l'appuyer mais en tant que Commissaire à la RTBF, ma signature à votre document pourrait être perçue comme une ingérence de l'autorité dans la programmation".

Quant à Jean-Marc Nollet, Ministre de l'Enfance, il nous écrit : "Votre pétition relative à la création, par la RTBF, d'une émission de type "Javas" consacrée à l'Education permanente m'est bien parvenue et je vous en remercie. Je partage avec vous le constat d'une carence en la matière au sein des grilles de programmation de notre télévision de service public. Néanmoins, la déontologie que je m'applique dans l'exercice des fonc-

tions qui sont miennes ne m'autorise pas à signer une pétition qui pourrait, par ailleurs, m'être adressée en tant que membre de l'exécutif exerçant la tutelle sur la RTBF. Je ne doute pas que vous comprendrez la réserve dont je dois faire montre en la circonstance. Par contre, je ne manquerai pas, dans le cadre des négociations qui s'engageront entre la RTBF et le Gouvernement de la Communauté française autour du nouveau contrat de gestion, de mettre cette problématique sur la table en vue d'une concrétisation rapide. Enfin, je voudrais profiter de la présente pour saluer une fois de plus votre combat pour une télévision de service public qui remplit mieux son rôle éducatif, culturel et citoyen..." ■



Comment devient-on membre ?

L'A.T.A. n'est pas subventionnée. Ses activités sont financées par ses membres. "Comment Télé-Vous ?" est l'organe mensuel de liaison des membres de l'A.T.A.

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 "Comment Télé-Vous ?"... Cela vous coûtera 2.000 FB/an.

Enfin, si vous souscrivez un abonnement de l'étranger, son prix est de 2.500 francs belges par an. Versez le sur le compte ci-dessous et précisez à votre banquier qu'il doit introduire un code swift : CGAK BEBB. Les frais de transfert doivent être pris en charge complémentaiement au prix de l'abonnement par le donneur d'ordre.

Le compte de l'A.T.A. ASBL (Rue Américaine, 106 à 1050 Bruxelles) est le 001-0837560-41.

A.T.A. ASBL

Pour toute demande d'information : exclusivement par écrit sans omettre d'y inclure vos coordonnées et un timbre à 17 FB pour la réponse (sauf pour les membres).

Rue Américaine, 106
1050 Bruxelles

Internet : <http://ata.qwentes.be>
E-mail : ata@qwentes.be

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

Paula Bouchez,
Benoit Goossens,
Bernard Hennebert,
Marine Jacobs,
Gilles Lenoble,
Pierre Ravach,
Patrick Sénéart.

Les illustrations sont réalisées par Esdé.

Ciel Mon Mardi !

SAVOIR DIRE NON

[03/03/2001]

L'A.T.A. a refusé de participer à l'émission de Christophe Dechavanne, "Ciel, Mon Mardi !" du 13 mars 2001 sur TF1.

• • •

Voici quelques extraits des échanges d'e-mails entre la journaliste représentant "Ciel Mon Mardi !" et l'A.T.A. Ils se sont déroulés le 01/03/2001.

- TF1 : Nous préparons une émission sur la violence. Peut-être pourriez-vous venir en plateau nous en parler...

- ATA : Pouvez-vous nous en dire plus sur le thème exact, les invités potentiels, etc. ? Le sujet est très vaste et mérite que l'on prenne toutes les précautions et les nuances nécessaires, ce que ne permet pas toujours une émission de télévision...

- TF1 : Merci de me répondre si rapidement. J'apprécie. Le thème tournerait autour de la violence au quotidien, de la culture de la violence et des jeunes, évidemment. Nous n'avons pas encore d'invités potentiels. L'émission a lieu le 13 mars en direct. Quelles sont vos coordonnées téléphoniques...

- A.T.A. : L'équipe de l'A.T.A. a pris la décision de ne pas accepter une éventuelle invitation à participer à Ciel Mon Mardi. En effet, estimant qu'il s'agit d'une émission de divertissement et non d'information, le choix de certains sujets et de certains invités relevant plus souvent d'une volonté de spectacle que de réel débat, il ne nous semble pas opportun d'y apporter notre contribution. Notre travail au quotidien se veut toujours argumenté et nuancé. Vous devez bien connaître les médias et donc savoir que ce domaine est très complexe et ne pourra être traité convenablement en moins d'une heure. Les débats de Ciel Mon Mardi ont systématiquement pour invités des personnalités aux idées très arrêtées, pour lesquelles tout est blanc ou noir, ce qui ne correspond aucunement à notre travail...

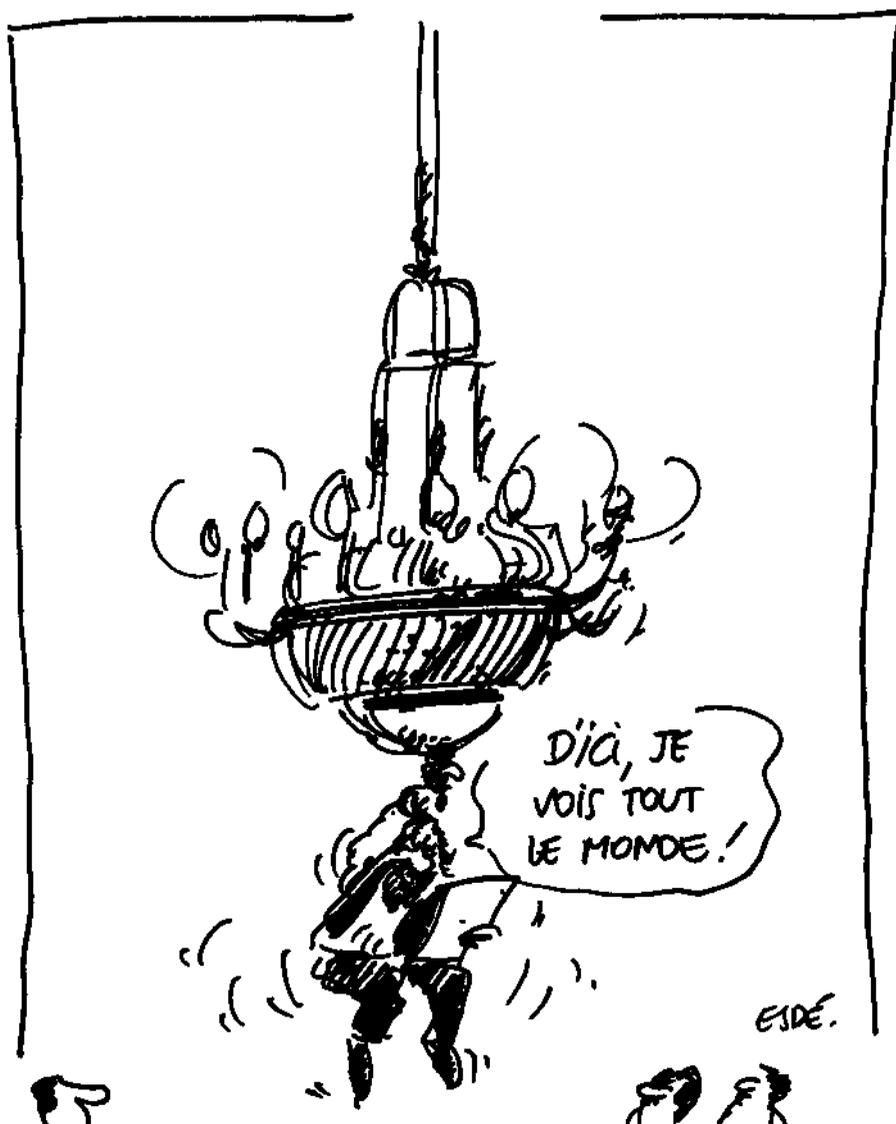
- TF1 : Pouvez-vous m'appeler puisque Ciel Mon Mardi a changé de formule et n'invite plus systématiquement des invités aux personnalités aux idées très arrêtées. La preuve : Albert Jacquard et Guy Konoplicki risquent d'être là. C'est un débat d'idées...

- A.T.A. : Désolé, mais notre refus est définitif... ■

UTILE ET GRATUIT

Pour expliquer la "signalétique jeunesse" (dite aussi antiviolence) aux 8-12 ans, la Communauté française a édité la brochure "Télé Junior" en décembre 2000. Elle a connu un grand succès et vient d'être rééditée. Elle peut être obtenue gratuitement sur simple demande au Numéro vert : 0800 20 000 ou en formant le 02/413 28 05 ou le 02/413 33 33. ■

LONGUE AUDITION POUR L'A.T.A.



[16/03/2001]

Mercredi 7 mars 2001, à 10 heures, au 6, rue de la Loi, s'est déroulée la huitième journée des auditions consacrées à la préparation du nouveau contrat de gestion de la RTBF.

...

Cette réunion de travail est organisée par la Commission de l'Audiovisuel du Parlement de la Communauté française. Toute la matinée sera consacrée à l'audition de Bernard Hennebert, coordinateur de l'A.T.A., et l'après-midi, à Monsieur Rudy Demotte, Ministre du Budget, de la Culture et des Sports.

Esdé faisait également partie de la délégation de l'A.T.A. : il dessinera durant toute l'audition. Quelques-uns de ses croquis réalisés à chaud illustrent le présent dossier.

LA "VOIX" DE L'AUTORITÉ

Après une brève présentation de Monsieur Dany Josse, le Président de la Commission, Bernard Hennebert salue en ces termes les commissaires : «...Je tiens à vous remercier pour deux points. Tout d'abord, contrairement à ce qui s'est passé, il y a quatre ans, lorsque fut négocié le nouveau statut et

le premier contrat de gestion de la RTBF, vous avez décidé de multiplier les auditions. C'est tout-à-fait démocratique. D'autre part, je vous remercie d'avoir ouvert ces séances au public et aux médias. Par contre, je regrette que les caméras de la RTBF n'aient été présentes que les premiers jours, uniquement lorsque le Ministre de l'Audiovisuel ou la Direction de la RTBF se sont exprimés. Mon point de vue étant celui du "public", je regrette donc que les fidèles du journal télévisé n'aient pas la possibilité de découvrir la diversité des opinions émises dans cette commission. Hier, par exemple, ils auraient pu découvrir les relations complexes qui existent entre la RTBF et les réalisateurs-producteurs indépendants, ou les télévisions locales...».

Ces propos ne passèrent pas inaperçus... Un quart d'heure après que le Ministre Rudy Demotte, cet après-midi là, eût commencé son intervention, la porte de la salle de réunion s'ouvrit et la plupart des parlementaires et des journalistes présents regardèrent avec complicité le représentant de l'A.T.A. qui assistait comme eux, à la suite des travaux. Pourquoi ? Le lendemain, on pouvait lire dans Le Soir, sous la plume

de Christian Laporte : «...En voyant débarquer, mercredi après-midi, notre charmante consœur Anne Delvaux et un cameraman de la RTBF, les commissaires et les journalistes présents ont esquissés un petit sourire. C'est donc vrai que la télé publique n'envoie d'équipe sur place que lorsqu'on "auditionne" un patron de Reyers ou un ministre...».

REVUE DE PRESSE

Le lendemain de notre audition, deux quotidiens ont commenté notre prestation.

Pour Le Soir, Christian Laporte considère que «...la devise de l'ATA pourrait être "qui aime bien, châtie bien"...». Le journaliste constate également que l'A.T.A. est «...l'auteur d'un rapport très fouillé qui lui a valu les félicitations des élus».

Pour La Libre Belgique, Pierre-François Lovens a titré ainsi son article : «Les "télé-spectateurs actifs" fourmillent d'idées».

Le journaliste considère comme «un événement», le fait que «pour la toute première fois» les députés ont auditionné une association d'utilisateurs du petit écran. En ce qui concerne la RTBF, c'est tout-à-fait exact mais il ne faut pas oublier que, naguère, l'A.T.A. fut déjà auditionnée lors de la refonte du CSA.

... Les MEMBRES
de l'ATA



Pierre-François Lovens poursuit : "...Bernard Hennebert n'a pas fait les choses à moitié : prenant appui sur une note de 18 pages (en caractères bien serrés !), il a égrainé une trentaine de propositions visant à surmonter "les problèmes entre public et service public". Dans ce catalogue de revendications, on retrouve les "dadas" de l'ATA (dont le nombre d'adhérents ne dépasse pas les 200 membres, mais dont l'influence est reconnue par beaucoup...). En voici un très petit échantillon..." (s'ensuit cinq points : médiation, nouvelles pratiques, programmes, secteur associatif et publicité).

Quelques jours plus tard, à l'issue des dix journées d'audition, La Libre Belgique dresse un bilan dans son édition du 16/03/2001. Elle considère que "nos propositions" en furent "l'un des moments forts". ■

1

Un texte très détaillé

Ce 31 janvier, lors de son audition, Christian Druitte, l'Administrateur général de la RTBF, vous a déclaré qu'il souhaitait que le texte du contrat de gestion soit le plus détaillé possible. "...J'aimerais que les choses soient bien précisées. Plus ce contrat sera précis, mieux on y répondra".

Le 6 février, Gérard Lovéris, le Directeur de la Télévision, demandait, quant à lui, "des balises précises" parce que "...sinon on nous

dira : vous aviez dit et vous n'avez pas fait !"

Le 8 février, le journaliste de la RTBF Hugues Le Paige utilisait le même terme de "balises". Il constatait devant votre assemblée que "...les balises précises du précédent contrat de gestion avaient été utiles". Il craignait d'ailleurs que, si elles étaient abandonnées, les dérives risqueraient de se multiplier.

L'A.T.A. opte également pour un texte le plus précis possible. En effet, c'est l'imprécision du contrat précédent qui a, par exemple, permis à la RTBF, de ne mettre à l'antenne, durant ces deux dernières années, aucune émission de télévision régulière consacrée à l'éducation aux médias ou de faire patienter pendant plus de trois ans nombre de représentants du monde politique, social et culturel qui prônaient la création du journal télévisé pour les enfants.

Plus le contrat sera précis, plus certaines de ses clauses seront rapidement dépassées. Voilà pourquoi nous optons pour un contrat qui serait de brève durée, à savoir 3 ans. Ainsi, régulièrement, le gouvernement pourra renégocier avec la RTBF ce contrat pour mieux tenir compte des nouvelles attentes du public et des besoins sociétaux.

Notre réflexion est issue des leçons concrètes que nous tirons de notre analyse de la manière dont la RTBF s'est acquittée de ses obligations pendant les quatre années qui viennent de s'écouler. Maintenons les textes qui ont été correctement appliqués. Interrogeons-nous sur les autres et précisons-les au mieux.

2

Quatre sources de documentation

La réflexion que nous allons vous proposer provient principalement de quatre sources.

- 1) Tout d'abord, notre visionnement des émissions : bien entendu, l'A.T.A. n'est pas équipée pour tout regarder et c'est pour cela que nous demandons, par ailleurs, que le CSA soit chargé à l'avenir de réaliser pareil visionnement systématique. Mais les quelques émissions que nous regardons nous offrent déjà de nombreux sujets de réflexion, voire de plainte.
- 2) Non seulement nous sommes à l'écoute des demandes des membres de notre association mais nous sommes aussi particulièrement attentifs aux critiques du public qui sont émises à propos des émissions de télévision, semaine après semaine, dans les courriers de lecteurs de la presse écrite, quotidienne ou hebdomadaire.
- 3) Nous analysons systématiquement, semaine après semaine, depuis plusieurs années, des émissions telles que L'Hebdo du Médiateur de France 2 ou Arrêts sur Images sur La Cinquième. En Communauté française, nous analysons les diverses interventions en radio de la médiatrice de la RTBF (la première émission s'est déroulée le 4 septembre 2000).
- 4) Enfin, de nombreux membres du personnel de la RTBF apportent leur témoignage à l'A.T.A.

3

Un "bulletin" trop approximatif !

Contrairement à ce qu'elle déclarait au quotidien Le Matin, quatre jours après son audition, Evelyne Lentzen, la Présidente du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA), a bien abordé devant vous, le 6 février, le rôle du CSA et la manière de le réformer.

Lorsque le parlementaire Paul Ficherouille lui demanda s'il faudrait que le CSA ait mission, à l'avenir, d'enregistrer et de visionner les émissions des chaînes de la Communauté française, la Présidente du CSA a clairement répondu par la négative en soulignant qu'elle n'était pas favorable au "monitoring à la française".

Au moment où pareil contrôle n'est pas exercé, il nous semble difficile de prendre en compte "le bulletin très honorable" du CSA - comme le définit La Libre

relevés par l'Organe de régulation. Il ne les a pas probablement pas vu !

Voilà pourquoi nous demandons que la prochaine réforme du CSA annoncée dans la déclaration gouvernementale confiée à l'organe de régulation la mission et les moyens d'enregistrer et d'analyser systématiquement au moins les émissions du Service public.

Pareille innovation permettrait au CSA de nuancer davantage ses "bulletins" de l'état de santé du Service public.

À quoi cela servirait-il de mobiliser tant d'énergies et de consacrer des mois de labeur à la préparation de la renégociation du contrat de gestion, si c'était pour, finalement, ne pas se donner les moyens d'évaluer correctement son application et donc, d'encourager implicitement la RTBF à ne pas le mettre en pratique le plus strictement possible.

Pareil contrôle aura certainement valeur de prévention. Il permettra à la RTBF d'être plus performante.

fonction dite "de médiation".

Tant que les problèmes posés par les usagers ne sont pas gênants, les réponses de la RTBF arrivent rapidement. Par contre, lorsqu'un téléspectateur ne se contente pas d'une réponse en langue de bois, il aura bien du mal à se faire entendre.

Dans notre dossier intitulé "Où y'a de la gêne, y'a pas de réponse" daté du 8 juin 2000 ("Comment Télé-Vous ? n°55, pages 6, 7 et 8, voir annexe), nous avons déjà publié des extraits d'un témoignage d'un téléspectateur insatisfait de la manière dont la RTBF lui répondait.

La lettre la plus récente du même tonneau qui nous est parvenue est datée du 6 février 2001. Elle nous a été envoyée par Mme Annick F. de Bruxelles qui considérait que la RTBF traitait la problématique de la vache folle de façon partielle et dommageable pour le monde agricole. Elle nous informe qu'elle a envoyé, le 22 novembre 2000, un premier courrier à la Médiatrice. Celle-ci ne lui répondra pas. Un



Belgique dans son édition du 9 février 2001- qui conclut que la RTBF a bien rempli ses engagements, "bulletin" auquel les autorités de la RTBF ont bien entendu fait, à de multiples reprises, référence devant votre assemblée.

Dans ses visionnements, qui sont loin d'être systématiques, l'A.T.A. découvre de nombreux faits sur lesquels il serait utile de s'attarder. Ceux-ci ne semblent pas être

4

La médiation

Comment le CSA peut-il conclure que la RTBF a bien rempli ses engagements alors que la fonction la plus nouvelle instaurée par le contrat de gestion de 1997 a été si laborieusement mise en place ! Il s'agit de la

mois plus tard, le 23 décembre 2000, la téléspectatrice envoie un rappel en recommandé. Il lui faudra encore attendre un mois pour recevoir enfin, le 24 janvier 2001, une réponse où la Médiatrice explique qu'après fouille de son courrier, elle n'avait pas trouvé trace de la lettre initiale...

Pour rappel, le Statut de la RTBF prévoit que le Service public doit "assurer l'écoute



des téléspectateurs et le suivi de leurs plaintes”.

Le Contrat de Gestion précise : “l’Entreprise veillera à accorder une attention particulière aux avis et aux demandes d’information des auditeurs et téléspectateurs. Elle assurera par ailleurs le suivi des plaintes écrites. À cette fin, l’Entreprise organisera un enregistrement centralisé des plaintes et du suivi apporté. Elle coordonnera la procédure de traitement des dossiers qui sera assuré par les directions concernées” (Chapitre XXVII).

Dans le concret, le Service de Médiation répond par écrit assez régulièrement au courrier de ses usagers. L.A.T.A. a néanmoins constaté à plusieurs reprises que des courriers documentés qui posaient des questions précises appelant des réponses circonstanciées restaient sans réponse, même après rappels en envoi recommandé.

Nous avons publié trois de ces lettres dans notre dossier du 8 juin 2000.

À l’heure actuelle, ce 7 mars 2001, le service de médiation n’y a toujours pas répondu.

Les demandes contenues dans ces lettres restent toujours d’actualité. Les voici :

- 1) Pourquoi ne pas informer les téléspectateurs au début de la diffusion d’une émission de la date de son enregistrement ?
- 2) Pourquoi la RTBF commence-t-elle parfois la diffusion d’une émission AVANT l’heure annoncée dans les programmes TV ?
- 3) Vaut-il mieux parler de la mort de Sémira ou de la mort “par étouffement” de Sémira ?

La RTBF semble donc préférer un travail de communication plutôt qu’une tâche de médiation.

La quinzaine de séquences d’une dizaine de minutes de

radio animée par la Médiatrice, entre septembre et décembre 2000, chaque lundi vers 11H05 sur La Première s’apparentait, elle aussi, davantage à un travail de communication ou d’éducation aux médias bien qu’elle s’appelait “séquence de la médiatrice”.

Depuis janvier 2001, les apparitions de la médiatrice en radio sont plus rares mais plus longues. Deux émissions d’une heure ont été diffusées, les 30 janvier et 27 février 2001, entre 11H et 12H, toujours sur La Première. Leur contenu était intéressant mais, à nouveau, il s’agissait principalement d’un travail de communication et d’éducation aux médias. Le travail de médiation y est réduit à sa plus simple expression.

Alors que le service de médiation a dû travailler sur près de 400 courriers durant le mois qui précède l’émission, le seul qui sera lu à l’antenne, ce 27 février, est celui d’une téléspectatrice dont le nom sera cité en entier sur antenne. Lorsque celle-ci y parle du feuilleton “Friends”, la médiatrice ironise en rappelant à son interlocutrice que ce feuilleton n’est pas diffusé à la RTBF. On ne peut pas conclure, là, à un utilisation valorisante du courrier des téléspectateurs...

L.A.T.A. a appris avec intérêt la création prochaine d’une émission, à nouveau dite “de médiation”, cette fois-ci diffusée en télévision. Lors de son audition, Christian Druite, l’Administrateur général de la RTBF, vous a précisé que, dans celle-ci, “...le public pourra interpeller la RTBF”.

Puisque, jusqu’à présent, il y a continuellement confusion entre “médiation”, “communication” et “éducation aux médias”, il nous semble que le nouveau contrat de gestion se doit de

définir très précisément ces différentes tâches.

L.A.T.A. ainsi que plusieurs parlementaires ont cité en exemple l’émission “L’Hebdo du Médiateur” de France 2 diffusée, chaque samedi, vers 13H12, dans la foulée du JT.

L.A.T.A. estime que Didier Epelbaum a joué de façon remarquable son rôle de Médiateur de la rédaction de France 2 durant les deux premières saisons où naquit et fut diffusé “l’Hebdo du Médiateur”, de septembre 1998 à juin 2000.

À France 2, le mandat du médiateur est de deux ans et n’est pas renouvelable. Depuis septembre 2000, le nouveau médiateur s’appelle Jean Claude Allanic. La trentaine d’émissions qu’il nous a proposées depuis le 2 septembre 2000 nous laisse sur notre faim. Il s’agit, effet, d’un travail de communication qui n’a presque plus rien à voir avec la médiation naguère proposée par son prédécesseur.

Nous n’avons pas ici le temps de vous détailler davantage l’analyse de ces émissions de médiation de la RTBF et de France 2. Nous le ferons dans un dossier que nous préparons actuellement et que nous vous ferons parvenir avant la fin de vos travaux.

De ces différents faits, il faut conclure que la médiation est un art possible mais difficile parce qu’il dérive facilement vers l’autojustification ou la “communication”.

Il nous semble que la RTBF doit absolument pratiquer cet art car il symbolise la différence de nature qui existe entre les télévisions privées et publiques.

En effet, l’écoute, le dialogue avec le public est l’essence même d’une chaîne dont le financement est majoritairement public, ce qui n’est pas du tout le cas des chaînes privées qui ne doivent

rendre des comptes, tant qu'elle restent dans la légalité, qu'à leurs actionnaires.

Les différentes auditions qui se sont déroulées jusqu'à présent ont démontré clairement qu'il n'y avait pas une interaction positive entre les travailleurs et la direction du Service public, notamment en ce qui concerne l'élaboration des grilles de programmes. D'autre part, comme tout Service public dont la majorité du financement est assuré, la RTBF est quotidiennement menacée par l'inertie, l'habitude et le fonctionnariat d'une partie de ses employés. Un service de médiation performant et sa médiatisation à des heures de grande audience peut contribuer à atténuer pareilles tentations de type structurelle.

La RTBF a affecté très peu de personnel et de moyens à sa cellule de médiation. De plus, la médiatrice effectue d'autres tâches dont le travail de communication de l'Administrateur général ainsi que la revue de presse de l'Institut. Il nous semble indispensable que les personnes qui travaillent à la médiation ne mènent pas d'autres travaux que ceux liés à cette fonction, et que surtout qu'ils ne soient en rien liés à des responsabilités en rapport avec la promotion de la RTBF.

Les parlementaires doivent pouvoir découvrir le questionnement des usagers de la RTBF par le biais du rapport annuel. Celui-ci propose notamment les résultats du service de médiation. En fait,

il semble que les plaintes qui arrivent directement aux journalistes et qui sont traitées par eux-mêmes ne sont pas régulièrement acheminées, comme cela devrait être le cas, vers le service de centralisation des plaintes coordonné par le Service de médiation.

Les parlementaires sont donc mal informés par la RTBF des plaintes du public puisque, par exemple, dans le rapport annuel 1998, on peut découvrir que 33 plaintes seulement sont recensées pour "le contenu des informations" des émissions de radio et de télévision...

Le 20 août 2000, nous avons demandé à Mr Jean-Pierre Gallet, le Directeur de l'Information, de se positionner par rapport à ce chiffre. À l'heure actuelle, il n'a toujours pas répondu.

Ce 15 février 2001, lors de l'audition des Directeurs des Centres de la RTBF, la réponse proposée à une question de Jean-François Istasse a permis de découvrir qu'il n'y avait pas vraiment de coordination entre ces Centres Régionaux et le service de médiation.

De plus, ce rapport ne détaille ni la nature exacte, ni les enjeux des plaintes mais il est en revanche bien plus explicite pour les félicitations ou les demandes d'information...

Pour la rédaction du prochain contrat de gestion, deux pistes peuvent être envisagées :

- 1) confier la tâche de médiation à un organe extérieur à la RTBF et proposer éga-

lement à celui-ci la réalisation d'une émission de médiation hebdomadaire que la RTBF devrait diffuser en radio et en télévision dans des créneaux de forte audience proposées par le législateur. Ceci ne doit bien entendu pas amener la RTBF à ne plus devoir répondre au courrier des usagers et le traiter dans son rapport annuel.

- 2) continuer à attribuer cette tâche à la RTBF en tenant compte des imperfections constatées jusqu'à présent :

- a) séparer les travaux de communication, d'éducation aux médias et de médiation,
- b) affecter un personnel suffisant et uniquement attaché à cette tâche de médiation, prévoir une durée de mandat compatible avec les difficultés de cette fonction,
- c) obliger la RTBF à répondre par écrit aux courriers qu'elles reçoivent des usagers endéans le mois,
- d) mettre en place une commission composée de personnalités extérieures à la RTBF qui statue sur les courriers "litigieux" auxquels la RTBF souhaite ne pas répondre (courriers illisibles, injurieux, incohérents, etc.),
- e) créer une émission de médiation hebdomadaire en direct à diffuser en radio et en télévision à des heures de grande écoute.

"SÉLECTIONNER
LES
PLAINTES" ?



- f) organiser un acheminement de toutes les plaintes (et des réponses) qui parviennent aux différents centres de la RTBF vers le service de centralisation du service de médiation.
- g) proposer, dans le rapport annuel, une présentation qui permette, notamment aux parlementaires, de découvrir le contenu réel des diverses plaintes et des félicitations des usagers.

Tant de précisions s'avèrent indispensables lorsqu'on se souvient de la remarque pour le moins étonnante (elle indique, elle aussi, que le texte du contrat de gestion doit être extrêmement détaillé !) faite par la Médiatrice de la RTBF à Philippe Vandenberg, dans La Libre Belgique du 4 octobre 1999 : "Si le contrat de gestion oblige à répondre à toutes les lettres, il ne dit rien quant à la manière..."

5

Un alibi ?

Le 8 février 2001, lors de son audition, Hugues Le Paige répondait ainsi à une question d'une parlementaire concernant le comité consultatif de programmation : "...Il s'agit d'une composition d'un autre siècle... Cela ne peut rien apporter".

Il a probablement raison.

Seule, la commission "culture" extérieure à la RTBF lancée naguère par Henry Ingberg avait porté quelques fruits dont la création de l'émission "Javas". On peut s'interroger sur la raison pour laquelle, dans un deuxième temps, cette commission a été intégrée par la RTBF et n'a plus beaucoup fait parler d'elle...

Puisque les décisions de pareil comité consultatif ne sont pas contraignantes, celui-ci nous semble n'être qu'un alibi. Nous pensons que, seuls, la rédaction d'un contrat de gestion efficace ainsi que la mise en place d'un véritable service de médiation peuvent influencer de façon efficace et démocratique les programmes de la RTBF.

6

Trois nouvelles pratiques utiles aux usagers

Le respect des usagers devrait également être une caractéristique du Service public.

Nous espérons que les parlementaires ne focaliseront pas uniquement leurs

réflexions et leurs propositions sur les programmes de la RTBF. Il faudrait également être attentif à quelques "pratiques" du Service public qui importent quotidiennement les téléspectateurs alors que des solutions peu onéreuses existent.

Malgré nos demandes répétées, la RTBF ne tient pas à faire évoluer ces situations. Leurs prises en compte dans le Contrat de gestion sont donc la seule manière de pouvoir les faire évoluer.

Nous tenons beaucoup à ces propositions car nous sommes certains que leur respect valoriserait à très peu de frais l'image de la RTBF auprès de son public.

1) La tonalité des programmes publicitaires et promotionnels apparaît plus élevée aux téléspectateurs que le son des émissions.

Pareille "impression" ne correspond pas à la réalité technique. En fait, l'effet contesté n'est pas dû à une différence de tonalité mais bien à la compression du son utilisé pour la réalisation des spots publicitaires. Cette réponse -proposée par la RTBF- est exacte mais elle ne résout pas la difficulté. La gêne du public demeure. Il faudra donc exiger que la RTBF diffuse ses programmes publicitaires et promotionnels dans une tonalité beaucoup moins élevée que celle adoptée pour ses programmes habituels.

2) Qui n'est pas irrité par le fait que nombre d'émissions qui ne commencent pas à l'heure ?

La ponctualité atteinte par Arte ou Canal+ démontre que pareil défi n'est pas impossible. Quand il y a du retard, il n'est pas possible de remonter la pente. Par contre, la RTBF lance parfois certains programmes avant l'heure annoncée. Il lui serait si facile de mettre fin à cette pratique qui irrite tout particulièrement les personnes qui magnétoscopent en prévoyant, en cas de besoin, la diffusion de programmes courts.

Les magnétoscopes vendus en Belgique sont généralement équipés d'un module PDC (Program Delivery Control). Les chaînes flamandes ont recours à ce système. Les chaînes françaises de service public telles que Arte, La Cinquième, France 2 ou France 3 utilisent le PDC ou envisagent d'y recourir. Pas la RTBF.

Or, le PDC permet de résoudre pour les émissions qu'on enregistre sur magnétoscope tous les problèmes de programmes en retard ou en avance. En effet, le PDC

lance votre magnétoscope au moment précis où commence le programme qu'on a décidé d'enregistrer, même si ce programme accuse 2 minutes, 3/4H ou 1H de retard par rapport au programme publié par la presse écrite.

Pour mettre en place ce système, la RTBF devra dégager un budget, certes, mais qui sera sans commune mesure avec celui exigé pour sa montée sur satellite.

3) La signalétique jeunesse permet enfin aux téléspectateurs de découvrir, au démarrage du programme qu'ils vont regarder, la nature de celui-ci.

Il nous semble qu'un autre élément utile aux usagers devrait être mentionné dans les génériques qui lancent les émissions : il s'agit de la date de l'enregistrement des séquences (ce qui permettrait de détecter les directs, les différés... et les faux directs !).

D'autres éléments qui définissent la nature de ce qui est diffusé devraient également être systématiquement indiqués au téléspectateur :

- a) réalité ou reconstitution,
- b) la mention "archive" durant toute la durée (ce qui est rarement le cas, actuellement) de la diffusion de l'archive,
- c) enregistrement "live", play-back partiel ou complet.

7

Quatre "bravos" à pérenniser !

Venons-en maintenant aux programmes eux-mêmes.

Tout d'abord, il nous semble indispensable via le contrat de gestion de pérenniser quatre heureuses initiatives prises au cours de ces dernières années par la RTBF.

1) "Appel à témoins" a prouvé son utilité. Evitant le sensationnalisme d'un "Témoignage N°1" naguère diffusé sur TF1, l'émission de la RTBF est suivie par un public nombreux et a aidé à de nombreuses reprises la justice à solutionner certains dossiers particulièrement difficiles. Au moment où son équivalent flamand disparaît de la grille, il serait utile d'introduire l'obligation de la présence de "Appel à témoins" sur les antennes de la RTBF.

2) En ce qui concerne la diffusion des films, il faudrait prévoir l'obligation pour la RTBF d'utiliser au même moment ses deux chaînes pour diffuser chaque fois que c'est pos-

sible le même film dans ses différentes versions (V.O. sous-titrée; version doublée). Cette pratique chère à Gérard Lovérius, le Directeur de la Télévision, répond à la diversité des goûts du public.

3) Au moment où la direction annonce qu'elle va carbuter dans la citoyenneté, elle déstabilise l'une de ses équipes qui mène précisément un travail d'écoute et de dialogue citoyen depuis plusieurs années avec un réel succès d'estime et d'audience (200.000 à 250.000 postes branchés sur la RTBF.. au moment où se déroule le JT de 19H sur RTL TVi).

L'autobus de "Régions Soir" qui sillonnera les routes de la Communauté française au cours de la saison prochaine devra, pour s'imposer, écraser l'émission "Cartes sur table". C'en sera fini de ces douze minutes quotidiennes où l'on entendait, ce qui est extrêmement rare à la RTBF, le public dialoguer d'égal à égal avec les décideurs économiques, sociaux ou politiques. Autre fait remarquable : le suivi des dossiers présentés à l'antenne est régulièrement réalisé dans cette émission. En compensation, une émission hebdomadaire de 26 minutes serait proposée à l'équipe de "Cartes sur table" mais les moyens seront réduits. Ainsi, "Cartes sur table" perd pratiquement la moitié de son temps d'antenne et le public sera orphelin de la seule émission quotidienne où il pouvait s'exprimer.

Le nouveau contrat de gestion devrait pérenniser cet acquis démocratique (le public s'exprime de façon valorisante dans une émission quotidienne) avant qu'il ne soit éliminé pour d'obscures raisons qui n'ont rien à voir ni

Beaucoup de "pour"

[17/03/2001]

Marc Molitor, l'un des représentants de l'A.J. (Association des Journalistes de la RTBF), au cours de son audition, s'est rallié au positionnement de l'A.T.A. concernant "Cartes sur table".

Quand au représentant de la Ligue des Familles, il stigmatisa sa crainte de voir "Cartes sur table" perdre une partie de son temps d'antenne.

Dans l'interview accordée à Christine Simon, pour l'édition des 17 et 18 mars 2001 du Soir, Mr Richard Miller, le Ministre de l'Audiovisuel, répond à la question suivante : *"La commission parlementaire qui s'est penchée sur la RTBF a terminé ses travaux. Qu'en avez-vous retiré ?"* Constatons que le Ministre précise notamment l'importance que "Cartes sur table" (actuellement menacée) revêt à ses yeux : *"...La première mission de la RTBF est de toucher le public en lui apportant des émissions que la télévision privée ne lui offre pas. Des émissions qui apprennent quelque chose aux téléspectateurs dans tous les domaines d'activités : sports, enseignement, information, culture, réflexions sociales, etc. Les émissions du Top 20 de la RTBF sont des émissions de service public. Comme les JT, Autant savoir, Le Jardin Extraordinaire, Cartes sur table, etc. En tombant dans le mimétisme de la télévision privée, la RTBF se trompe".* ■

avec l'audimat, ni avec les qualités de cette véritable émission de service public.

Entendons-nous bien : il est intéressant que la RTBF développe son travail "régional" mais pas en déstabilisant "Cartes sur table" qui a mis tant d'années pour dynamiser son équipe et construire son audience. Et pourquoi "Cartes sur table" ne se régionaliserait-elle pas en occupant un strapontin d'une quinzaine de minutes dans le fameux autobus ?

4) Lors de leur audition du 6 mars 2001, les représentants des télévisions locales qui collaborent aux "Niouzz" ont laissé entendre que le JT des enfants de la RTBF pourrait éprouver des difficultés s'il ne trouvait pas un financement récurrent... Voilà donc une raison

complémentaire d'officialiser l'obligation pour la RTBF de réaliser un journal télévisé quotidien pour les enfants, au moins cinq jours par semaine durant la période scolaire. Deux rediffusions en matinée doivent être prévues et commencer strictement à l'heure comme c'est le cas actuellement. Au moins l'une des diffusions doit être accompagnée d'une traduction en langue des signes à l'attention des sourds et des malentendants.

8

S'adapter à la réalité

Il faudra aussi tirer la leçon de l'évolution de la législation.

1) Par exemple, l'obligation



récente de diffuser après 22 heures les films ou fictions interdits aux moins de 16 ans devrait entraîner la création par la RTBF d'une case nouvelle en fin de soirée pour continuer à diffuser en priorité cette catégorie de programmes. En effet, les téléspectateurs ont droit à découvrir ces créations. Si ce n'était le cas, le financement de la production de ce type de films pourrait être remis en question et mener à la censure économique d'une partie de la création cinématographique.

2) Au moment où le débat s'entame sur l'utilité d'interdire la publicité, cinq minutes avant et après les émissions pour enfants, il serait prudent de bien préciser les obligations de la RTBF en ce qui concerne les émissions pour enfants. En effet, il ne faudrait pas que pareille évolution de la réglementation publicitaire, si elle devait être votée, puisse inciter le Service Public à diminuer le volume de ses programmations dans ce secteur ou de les diffuser à des horaires moins favorables.

À propos des émissions pour enfants, certains s'insurgent sur le fait qu'elles sont programmées sur La Deux alors que cette chaîne n'est pas captable par tous les téléspectateurs qui ne disposent pas de la télédistribution.

9

Le secteur associatif

Il nous apparaît que le secteur de l'associatif, de l'éducation permanente et des ONG est actuellement le plus mal loti sur les chaînes de télévision de la RTBF.

Naguère, des messages informatifs les concernant étaient diffusés gratuitement. L'Administrateur Général précédent, Mr Jean-Louis Stalport, a mis fin à cet avantage pour la plupart des associations. Pour ces messages, les ONG paient désormais 50% de la tarification commerciale. Seules donc, les associations qui peuvent se permettre pareil financement ont droit à être promotionnées.

L'analyse des grilles des chaînes de télévision de la RTBF nous montre que le secteur associatif au sens large est moins présent que les secteurs du sport ou de la culture.

Bien entendu, les thématiques abordées par ce secteur se retrouvent dans le JT ou des émissions telles que l'Hebdo. Par contre, il n'y a guère d'émissions spécifiques et régulières qui trai-

Sceller

[15/03/2001]

Au colloque "Le cinéma rend-il méchant ?" qui s'est déroulé le 14 mars 2001, nous sommes intervenu pour demander que le nouveau contrat de gestion de la RTBF mentionne l'obligation, pour cette dernière de créer, vers 22H, une case destinée à diffuser les films interdits aux moins de 16 ans. Mr Georges Jetter, qui est responsable des programmes et des achats des fictions à la RTBF, nous a répondu que le service public diffusait déjà régulièrement ce type de films.

Ce n'est pas parce que la RTBF est actuellement sensible à cette préoccupation que celle-ci ne doit pas être scellée dans le contrat de gestion. ■

te le suivi de ce secteur. Il n'y a pas de programmes qui nous permettent de découvrir de manière critique comment ces associations travaillent au quotidien. C'est plutôt l'événementiel qui est mis à l'honneur : plein feu sur telle ou telle association lorsqu'elle fête un anniversaire ou lorsqu'on constate une malversation dans sa gestion.

L'un des objectifs d'une télévision "citoyenne" - puisqu'on se plaît à utiliser ce terme à la RTBF - ne devrait-il pas être de donner envie au téléspectateur d'éteindre son poste et de devenir, par exemple, bénévole de tel ou tel mouvement ?

Aucune émission de la RTBF nous décrit de façon critique, par exemple, comment fonctionnent les ateliers d'écriture de lettres d'Amnesty International et ne nous donne les dates de leurs réunions.

Aucun agenda ne nous propose une sélection régulière des activités liées à l'éducation permanente : conférences, colloques, ateliers, etc.

À titre d'exemple, prenons le secteur de l'audiovisuel. Croyez-vous qu'aucun téléspectateur ne serait pas intéressé d'assister aux présentes séances publiques de la Commission de l'Audiovisuel du Parlement ? Ou des réunions publiques du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel au cours desquelles RTL TVi (journée "Coca-Cola" du 1er avril sur Club) ou la RTBF (dossier Télétourisme) durent débattre de publicité clandestine ? Pareil agenda permettrait ainsi aux citoyens de découvrir l'existence de ces réunions publiques dont la promotion n'est pas assurée jusqu'à présent.

Le téléspectateur a droit à découvrir ce type d'informations sur le Service Public. Voilà pourquoi nous venons de lancer un pétitionnement pour la création d'un "Javas" Bis pour l'éducation permanente. Bien qu'il s'agisse d'une demande très spécifique, nouvelle, qui ne fait pas appel au sentimentalisme de la population, nous

avons déjà reçu de nombreuses signatures qui démontrent que cette pétition révèle un problème réel. Parmi les premiers signataires, relevons les noms du Ministre Rudy Demotte, de Jacques Sépulchre (Secrétaire général de La Ligue des Familles), de Michel Goffin (Secrétaire général des Equipes Populaires) et de Serges Hustache (Président du Conseil Supérieur de l'Education Permanente).

Pour rappel, la pétition s'achève par cette phrase : "Ceci ne constitue que l'un des premiers pas que le service Public devrait faire pour encore mieux appliquer sa mission qui a trait à l'éducation permanente".

L'importance de cette thématique nous a convaincu de consacrer notre 56ème "Midi de l'Audiovisuel" au sujet "Le secteur associatif est-il bien traité par la RTBF ?". Nous y donnerons la parole à Michel Goffin (Equipes Populaires), Philippe Hensmans (Amnesty International) et Pascal Lavolette (Traverses), ce jeudi 5 avril, à 12H30 au Forum de la Fnac de Bruxelles. Nous vous y convions.

Enfin, notons tout-à-fait concrètement que l'ancien contrat de gestion précisait que la RTBF devait au moins diffuser en télévision douze spectacles musicaux, lyriques, chorégraphiques et dramatiques, chaque saison. Par contre, dans le secteur de l'éducation permanente, aucun chiffre ne fut mentionné. On vient d'en découvrir les conséquences. Ne faudrait-il donc pas prévoir un traitement analogue pour tous les secteurs ?

10

La culture et le sport

1) La culture, en nombre d'émissions ainsi qu'en minutes d'antenne, n'est pas le parent pauvre de la RTBF.

2) Il faut reconnaître que les

rediffusions sur La Deux à des heures décentes se sont multipliées. Le 15 octobre 1997, l'A.T.A. regrettait que l'émission "Courants d'Art" était diffusée après minuit sur La Une. Le 4 février 1998, Gérard Lovérius, le Directeur de la Télévision, nous annonçait que des rediffusions à des heures moins indues allaient être mises en place sur La Deux. Aujourd'hui, "Courants d'Art" est diffusée notamment le dimanche à 16H30 sur La Une et le vendredi à 20H10 sur La Deux. L'évolu-

tion est signifiante.

3) Le problème à résoudre, c'est le manque de visibilité de La Deux. Lorsqu'elle fut auditionnée devant votre assemblée, le 8 février 2001, Mme Marianne De Muylder, coordinatrice du Service de presse de la RTBF, fit un procès d'intention à l'A.T.A. lorsqu'elle ironisa : "(à propos de La Deux), il ne suffira pas de changer de nom, mon Cher Bernard Hennebert...". Ce matin-là, le quotidien La Meuse - La Lanterne avait

titré un article consacré à notre ASBL : "Ils veulent débaptiser La Deux !". L'article expliquait notre démarche : "Parce que dire La Deux, c'est déjà indiquer qu'on attache moins d'importance à cette chaîne".

Il faudra donc que la RTBF considère ses deux chaînes de manière équivalente. Changer le nom de la Deux aurait valeur symbolique mais bien entendu serait tout-à-fait insuffisant.

Nous demandons que le

Les questions des parlementaires

[08/03/2001]

Pendant un peu plus d'une heure, le coordinateur de l'A.T.A. a résumé les principaux points du rapport écrit que vous avez pu découvrir ci-dessus.

Ensuite, une heure durant, s'est déroulé un question réponse mené par quatre Parlementaires : Mesdames de Grootte (PSC) et Wynants (Ecolo) ainsi que Messieurs Guilbert (Ecolo) et Smits (PRL).

Ce dernier s'interrogea principalement sur la manière dont une association pouvait représenter les téléspectateurs. Il ironisa également en émettant l'hypothèse que son "très vieil ami Marc Uytendael" pourrait faire partie de la vingtaine de "personnalités" que la RTBF surmédialise (voir point N°18 : "Manque de diversité").

Ensuite, Michel Guilbert nous interrogea sur les trois points suivants. Comment faudrait-il repenser le comité consultatif de programmation pour le rendre efficace ? Comment associer les téléspectateurs à l'antenne ? Comment réaliser un "qualimat" ?

Sa consœur Bernadette Wynants souhaite, quant à elle, clarifier les objectifs de la médiation : il convient peut-être, pour ne pas rester uniquement sur un plan simplement défensif, de dépasser le registre de la plainte. Elle voudrait en savoir davantage sur la Commission "Culture" initiée par Henry Ingberg et qui semble avoir obtenu des résultats concrets (la mise à l'antenne de "Javas", par exemple). Elle souhaiterait que le secteur "associatif" soit davantage présent dans l'ensemble des émissions. L'idée de créer une émission qui aborderait une réflexion sur la consommation culturelle retient son attention. Enfin, elle espère assister au développement d'une réflexion sur la qualité de la publicité.

Enfin, Julie de Grootte pointe, dans notre exposé, nos demandes de mettre en place différentes signalétiques et de limiter la tonalité de la publicité, de développer les efforts pour faire commencer à l'heure les programmes de la RTBF. Elle souhaite que nous précisions ce que nous entendons par secteur associatif et éducation permanente. Elle aimerait nous entendre sur "la qualité" des programmes. Comment l'A.T.A. voit-elle le rôle du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel ? Enfin, elle voudrait enfin savoir pourquoi nous préférons que le prochain contrat de gestion soit mis en place pour une période courte (3 ans plutôt que 6 ans) ?

Le rapport parlementaire reprendra ces questions et détaillera les différentes réponses que nous y avons apportées. Nous y reviendrons quand il paraîtra. ■

UNE MEMBRE DE LA COMMISSION :
"QUITTER LE REGISTRE
DE LA PLAINTE..."



nouveau contrat de gestion contraigne la RTBF à dégager les mêmes moyens financiers et humains pour la promotion des programmes de chacune de ses deux chaînes de télévision.

4) Les nombreuses émissions culturelles proposées ont pour objectif principal la présentation des artistes et l'analyse de leur œuvre. Nous souhaitons que le nouveau contrat de gestion prévoit un point de vue complémentaire actuellement ignoré par la RTBF. Une émission récurrente devrait s'intéresser aux droits (et aux devoirs) des consommateurs culturels. Il conviendrait d'y analyser l'évolution des pratiques culturelles. Voici deux exemples récents qui mériteraient, chacun, un travail d'investigation.

a) Le mercredi 29 novembre 2000, les premières séances du film "Dinosaure" étaient programmées à 11H45 dans les salles de cinéma. Ce matin-là, en dernière page du "MAD" (Le Soir), la rubrique "Les stars du marché" annonçait que le film qui avait rassemblé le plus grand nombre de téléspectateurs durant la semaine écoulée était... "Dinosaure" ! Ce constat mériterait un reportage qui explique comment sont réalisés les "hit" des entrées dans le secteur culturel. On n'y comptabilise pas uniquement les entrées payantes mais également les entrées gratuites des "avant-premières" !

b) Savez-vous que l'exposition Giacometti qui s'est achevée ce 15 janvier 2001 au Château de Seneffe a mis fin à la pratique normale d'acheter son ticket le jour même sur le lieu même de l'exposition ? La prévente est désormais annoncée comme obligatoire dans le dépliant. Jadis, quand on réservait à l'avance un ticket, on payait un léger supplément pour ce service. Pour Giacometti, au contraire, c'est lorsqu'on achète son ticket à l'entrée de l'exposition que l'on doit payer la "majoration". L'étape suivante sera-t-elle de conseiller aux visiteurs d'acheter leur ticket le plus tôt possible, jusqu'à un an avant que ne se déroule l'événement, comme cela se passe parfois dans le secteur des concerts ? Vive les intérêts bancaires pour les organisateurs...

D'autres exemples de sujets à traiter dans pareille émission sont mieux connus : la gratuité du prêt dans les bibliothèques, l'annulation ou le report de plus en plus régulier de concerts, le "surbooking" (en Belgique, cela se passe-t-il comme à Paris où, au Zénith, en janvier dernier, trop de places furent vendues pour le concert de Marilyn Manson... En conséquence, une certaine de spectateurs n'ont pas pu entrer dans la salle !), le prix unique du livre, la "carte" cinéma, le soupçon d'une entente illégale dans l'union européenne entre cinq compagnies d'édition musicale pour maintenir le prix des CD à un niveau abusivement élevé, etc.

Ne pas accepter que la culture devienne un simple "produit" comme les autres nécessite la création de pareille émission qui sensibilise les téléspectateurs aux enjeux occultés de ce secteur.

Lorsque nous avons proposé pareil objectif à Jean-Louis Stalport, il nous a répondu que cette préoccupation était déjà assumée par des émissions telle que "Autant Savoir". Durant la saison qui suivit cette réponse de l'Administrateur général, nous avons alors analysé les différents sujets abordés par "Autant Savoir". Aucun ne s'était attaché à ce type de problématique.

La "consommation culturelle" est différente des autres types de "consommation courante".

Ainsi, pour le prix unique du livre, il ne faut pas uni-

quement envisager l'intérêt pour l'usager de payer le moins cher possible ses livres mais il faut également être attaché à la distribution de l'ensemble des livres et, donc, soutenir l'existence d'un réseau de librairies spécialisées. C'est pour cette raison qu'il est préférable, en télévision, de traiter la "consommation culturelle" dans une émission ou dans une séquence spécifique.

5) Dans le domaine sportif, puisqu'il faut fixer des priorités financières, nous pensons que la RTBF doit vraiment jouer la différence et poursuivre uniquement ses objectifs les plus pointus de Service Public. Elle ne doit pas accepter, ni participer à la surenchère financière qui accable ce secteur. À quoi bon truster les premières places de l'audimat par des investissements coûteux si, ensuite, il n'y a plus d'argent pour créer d'autres programmes inventifs qui pourraient être également proposés au public qu'elle aurait rallié en programmant les "grandes messes" sportives... Soyons réaliste et efficace : le vrai travail de la RTBF, de nos jours, c'est favoriser, au jour le jour, le sport au travers de ses disciplines les plus diverses telles qu'elles se pratiquent aux quatre coins de la Communauté française.

II

L'information

1) Il nous semble indispensable que la RTBF conti-

Mais pourquoi un JT du matin ?

[16/03/2001]

Pierre-Paul Vander Sande, l'administrateur délégué de la RMB (la régie publicitaire de la RTBF), lorsqu'il fut auditionné, le 15 mars 2001, a contredit notre argumentation à propos du journal télévisé du matin : celui-ci n'est pas "une demande" de la RMB parce que pareille émission ne générera probablement des rentrées publicitaires significatives qu'après plusieurs années. "Il faudra peut-être attendre 3, 4 ou 5 ans, dit-il. Il faudra beaucoup de souffle. En Flandre, après deux ans, ils ont arrêté l'expérience".

Deux jours plus tôt, l'A.J. (l'association des journalistes de la RTBF) avait également pris position contre ce projet. Elle considérait qu'il coûterait beaucoup plus cher que prévu, que sa mise en chantier disperserait encore davantage les forces vives trop peu nombreuses de la rédaction et, enfin, que le choix de ce nouvel objectif s'était fait sans concertation avec les journalistes du Service public.

À l'issue des dix journées d'audition, la direction de la RTBF reçoit à la figure ce JT du matin comme un boomerang révélateur de sa mauvaise gestion, de sa mégalomanie, de son absence de réflexion sur les priorités d'un Service public de l'information et de son manque de dialogue et de concertation tant avec son personnel qu'avec des acteurs extérieurs à la "grande maison" (ceux-ci ont tous exprimé leurs réticences par rapport à ce projet). ■

nue à consacrer au débat politique un temps d'antenne régulier, à des heures de grande audience, en télévision.

Nous trouvons utile et courageux que la RTBF rediffuse son "Mise au Point" en soirée, ce qui la désavantage au niveau du calcul de son audience du dimanche midi où cette émission est confrontée avec "Controverse" qui, elle, n'est plus rediffusée par RTL TVi.

Nous pensons que la société civile n'est pas suffisamment représentée dans ces débats. La formule "quatre politiques et un représentant de la société civile" nous semble arbitraire.

2) Il manque en télévision une émission de satire politique. Elle répondrait à un besoin fondamental de la vie en société. Les talents ne manquent pas pour mener à bien pareil projet qui aurait sans doute les faveurs de l'audience. Bien sûr, pareil projet demande du courage politique. Les parlementaires encourageront-ils la direction de la RTBF à se lancer dans cette voie-là ?

3) Le projet de création d'une tranche matinale d'information en télévision ne nous enchante guère. Tout d'abord, contrairement au JT pour enfants, nous constatons que ce projet n'est pas soutenu par une demande "citoyenne".

Nous avons l'impression qu'il s'agit là d'une fuite en avant de la direction de la RTBF.

L'A.T.A. craint que pareille émission ne capte essentiellement le public qui écoute déjà les émissions réalisées par les chaînes de radio de la RTBF. Le 31 janvier 2001, au cours de son audition, Christian Druite, l'Administrateur général de la RTBF, a répliqué que la RTBF "...irait chercher des télé-

spectateurs qui regardent déjà la télévision le matin sur d'autres chaînes". Existe-t-il des enquêtes fiables qui le démontrent ? Le décret et le premier contrat de gestion ne demandent pas à la RTBF pareil développement. Mettre de l'énergie et des moyens pour réaliser celui-ci risque d'affaiblir et de rendre secondaires d'autres obligations. L'article 3 du décret prévoit, en effet, que les émissions de la RTBF doivent notamment "provoquer le débat, clarifier les enjeux démocratiques, etc.". Il nous semble que les journaux télévisés, probablement par manque de moyens et de personnel, ne concrétisent pas encore suffisamment ces objectifs fondamentaux. S'il fallait absolument créer une nouvelle émission, nous préférons que la RTBF s'oriente plutôt vers une réflexion plus approfondie d'un fait de l'actualité quotidienne comme la VRT le propose avec "Terzake" tous les soirs.

En dehors de la Direction, aucun des autres membres de la RTBF qui ont été auditionnés n'ont soutenu ce projet de JT matinal. Par contre, les parlementaires ont plutôt entendu des critiques acerbes comme "...Avec Télématin, on peut craindre de multiplier les redondances. Ce n'est pas en multipliant les rendez-vous que l'on facilite un travail de pédagogie des enjeux...". Le JT du matin serait-il un nouvel exemple de manque de concertation entre la Direction et les travailleurs de la RTBF ?

À part la Direction, nous ne voyons pas beaucoup d'interlocuteurs qui semblent se passionner pour ce nouveau projet. C'est pourquoi, malgré les

dénégations de la Direction, nous continuons à penser que cette émission intéresserait tout particulièrement la régie publicitaire (RMB). Multiplier dès le petit matin les possibilités d'écrans publicitaires ne doit pas déplaire à celle-ci d'autant plus que le projet, tel qu'il a été présenté aux parlementaires, se compose d'un nombre important d'émissions de courte durée qui favoriserait le décuplement de ces plages publicitaires.

12

Télé étatique ?

L'influence de la publicité et du parrainage sur les programmes du Service Public est une réalité à laquelle le nouveau contrat de gestion devrait absolument mettre fin. Là, se situe, selon nous, la tâche prioritaire pour les parlementaires et pour le Gouvernement dans l'élaboration du prochain contrat de gestion.

Bien sûr, la Direction de la RTBF affirme solennellement que cette influence n'existe pas. Cependant, dès qu'elle est confrontée à un exemple concret, elle n'arrive pas à être convaincante !

Ainsi, lors du "Mise au point" de ce 4 février 2001, le journaliste de La Libre Belgique, Pierre François Lovens, a rappelé que Jean-Pierre Gallet, le Directeur de l'Information, avait déclaré à son quotidien que c'était la RMB qui avait coulé "À bout portant". Christian Druite a tenté d'expliquer comment cette émission avait, par la suite, trouvé sa succession dans "Signé Dimanche" mais l'Administrateur général n'a proposé aucun argument pour réfuter la déclaration de Jean-Pierre Gallet.

Lors de son audition du 8 février 2001, Hugue Le Pai-



ge, journaliste à la RTBF, a rappelé clairement que la RMB exerçait une influence concrète sur les programmes de la RTBF, notamment sur les heures de diffusion de ceux-ci.

Donnez donc à Jean-Pierre Gallet les moyens de concrétiser son objectif. Pour rappel, le 8 février 2001, lors de son audition, le Directeur de l'Information vous a déclaré : "Je pense que le financement alternatif des Niouzz devra cesser". Pour ce faire, il suffirait de définir, dans le contrat de gestion, que "les Niouzz" sont une émission d'information. En effet, le règlement d'ordre intérieur relatif au traitement de l'information et à la déontologie du personnel adopté par le Conseil d'Administration le 19 janvier 1998 prévoit que "...les émissions d'information ne peuvent être parrainées". Contrairement à la RTBF, osez donc définir la nature des "Niouzz" et affirmez clairement que les enfants ont droit à une véritable "émission d'information", sans parrainage.

Le parrainage politique menace l'indépendance éditoriale de la RTBF. Ce ne sont pas les journalistes de l'équipe des "Niouzz" qui ont décidé de consacrer la rubrique quotidienne de l'émission à l'environnement. Ils auraient pu choisir d'autres thématiques comme la santé. C'est le financement "alternatif" proposé par le Ministre de l'Environnement qui a influencé ce choix rédactionnel de base.

Cette anomalie ne concerne pas uniquement les émissions d'information. Ainsi, l'agenda culturel quotidien "La Scène" a été également créé grâce à un parrainage ministériel. Au quotidien Le Soir (27/09/2000), Philippe Soreil explique qu'il n'y aura "...pas d'aspect critique dans ces coups de

projecteurs". Est-ce un hasard ? Il ne faudrait donc pas "provoquer le débat" dans le secteur culturel ?

La nouveauté, à propos du lancement de "La Scène", c'est que la presse écrite interviewe désormais les cabinets ministériels pour présenter un projet de la RTBF.

La télévision d'état n'est plus très éloignée... Ainsi, un collaborateur du Ministre Pierre Hazette déclare à "La Libre Belgique" (29/09/2000) : "Nous sommes partis du constat qu'il n'existait rien ou pas grand-chose en matière de promotion culturelle sur la RTBF".

Bien sûr, cette déclaration est contestable puisque la RTBF annonce déjà régulièrement les activités culturelles dans "Javas" et "Courants d'Art".

Si les responsables politiques considèrent que la RTBF n'a pas assez d'argent pour mener à bien ses missions, qu'ils évitent donc de proposer des parrainages alternatifs qui dérèglent le Service Public et qu'ils acceptent plus logiquement d'augmenter d'autant sa dotation.

13

La publicité

1) Nous partageons entièrement la déclaration concernant la radio-télé-redevance que fit Hugues Le Paige, journaliste à la RTBF, durant son audition du 8 février 2001 : il y considérait qu'il ne fallait pas supprimer l'encaissement de cette taxe mais qu'il fallait affecter l'équivalent de son entièreté à la dotation de la RTBF, ce qui faciliterait la suppression la présence de la publicité sur le Service Public.

L'A.T.A. souhaite que l'on y ajoute le retrait du sponsoring dont l'usage nous semble encore plus pernicieux que celui de la publicité.

Il est prématuré d'axer le débat, aujourd'hui, sur cette problématique essentielle. En effet, nous disposons de trop peu d'informations concernant les conséquences de la présence de la publicité commerciale sur les programmes... mais aussi dans la mentalité, dans les réflexes du personnel de la RTBF.

D'ailleurs, les téléspectateurs n'ont pas été invités à fêter les dix ans de l'arrivée de la publicité sur les antennes de la RTBF et, surtout, ils n'ont eu droit à aucune réflexion sur cette évolution majeure. Dès lors, nous demandons qu'un bilan critique sur base d'une enquête soit réalisé le plus rapidement possible et diffusé auprès du public. Cette proposition a vivement intéressé le Ministre Richard Miller. Espérons qu'il aura à cœur à la concrétiser dans les plus brefs délais. Pour lever toute ambiguïté, signalons que l'A.T.A. n'est pas candidate pour réaliser pareille enquête.

Un nouveau contrat de gestion limité à trois ans permettrait de tenir compte plus rapidement des résultats de cette enquête.

En attendant ceux-ci, il nous semble logique de ne pas développer les possibilités d'engranger de la publicité ou du sponsoring. Pour rappel, la télévision du Service Public flamand ne diffuse toujours pas de publicité commerciale et le Service Public français a réduit la durée de ses espaces publicitaires.

S'il faut mettre un frein aux rentrées publicitaires, il faut être conséquent et évi-



ter les projets coûteux. Les gestionnaires de la RTBF devraient se rendre compte que leurs chaînes de radio et de télévision ne couvrent qu'une toute petite région européenne. Tenter de tendre vers une programmation diffusée 24 heures sur 24 avec des moyens financiers et humains particulièrement réduits nous semble aberrant. Mieux vaut proposer moins d'heures d'antenne, mais de qualité, qui font la différence avec tous les autres programmes que le public peut aisément capter.

2) Plusieurs textes du précédent contrat de gestion, en ce qui concerne les émissions de nature commerciale, se sont avérés inapplicables et donc devraient être précisés.

a) Ainsi, si "la publicité ne peut interrompre les programmes ou les différentes séquences d'un même programme" et si "la publicité commerciale ne peut interrompre les émissions d'information... sauf durant les interruptions naturelles", il nous semble contradictoire de constater que la RTBF continue à séparer, en télévision, le sommaire et le contenu du JT de la mi-journée pour introduire une pause publicitaire. À quand une séparation publicitaire "naturelle" entre les séquences belges et internationales d'un même JT ? Il faudrait donc définir explicitement ce que signifie cette "interruption naturelle" ou, plus simplement, supprimer cette expression.

Plus personne n'intervient, et même pas le CSA, lorsque la RTBF bafoue cette obligation pourtant légale. Exemple concret : le 16/1/2001, au JT Soir de 22H50, Sabine Breulet annonce, à l'occasion de l'assassinat du Président Kabila, que le journal parlé du lendemain matin "consacrera une page spéciale Congo, ce mercredi matin, entre 7 et 8 heures sur La Première". Le lendemain, Jean Pierre Jacquain, Alfonso Salamone et le journaliste qui présentera le JT de 8H30 indiqueront qu'il s'agit bien d'une "émission spéciale". Elle sera interrompue à 7H30 par une plage publicitaire. Comment justifier, dans ce cas de figure, une "interruption naturelle" ? En fait, la RTBF coupe quand elle le veut ses émissions d'information par de la publicité.

b) Le contrat de gestion

prévoit qu'en télévision comme en radio, la publicité commerciale ne peut faire appel, pour la partie sonore ou visuelle de l'émission, aux journalistes engagés par l'Entreprise, en qualité d'agents statutaires ou contractuels, pour réaliser des programmes.

Ce texte est trop restrictif. En effet, on a pu découvrir sur les antennes radio de la RTBF des spots enregistrés par Gérard Valet, personnalité de l'Institut qui anime quotidiennement l'émission "Boulevard du temps". Pour le public, il ne peut y avoir confusion entre les émissions et les publicités, que la voix familière soit celle d'un journaliste engagé par l'Entreprise ou d'un animateur, d'un chroniqueur payé au cachet, etc.

Il faudrait donc élargir ce principe à toutes les personnes qui animent régulièrement des émissions ou des séquences, durant la durée de ces collaborations avec la

RTBF. (Chapitre XI).

c) Il faudrait acter dans le contrat de gestion les déclarations concordantes de Christian Druitte et de Gérard Lovérius.

L'Administrateur général de la RTBF a déclaré au Soir, le 27 octobre 1998, que, seules, les séries américaines de l'avant soirée seront entrecoupées de publicités.

Ce 6 février 2001, le Directeur de la télévision a confirmé lors de son audition qu'il n'y aurait pas de coupures publicitaires durant les fictions diffusées en soirée.

14

La publicité clandestine

Dans la séquence de "L'Hebdo du Médiateur" diffusée sur France 2, ce 17 février 2001, un jeune journaliste du service sportif se positionne par rapport à ces "murs" de sponsors devant lesquels les médias doivent interviewer les vedettes spor-

Questions sans réponse

[16/03/2001]

Pierre-Paul Vander Sande, l'administrateur délégué de la RMB (la régie publicitaire de la RTBF), lorsqu'il fut auditionné le 15 mars 2001, n'a pas répondu à toutes les questions des parlementaires ! Ainsi, Mme Julie de Groote (PSC) a tenté en vain de l'interroger sur deux points extraits du témoignage de l'A.T.A. Comment Mr Vander Sande se positionnait-il par rapport à notre demande de réalisation d'une enquête sur les conséquences de la publicité sur les programmes de la RTBF ? Et que pensait-il de ces "murs" de sponsors devant lesquels sont réalisées les interviews de sportifs ?

Bien entendu, le représentant de la RMB a considéré que le fait d'imaginer que sa régie pouvait influencer les programmes de la RTBF était complètement erroné. Il l'a répété tout au long de son entretien avec les parlementaires et il l'a redit dans l'interview qu'il a accordée à Pierre-François Lovens et qui fut publiée, le lendemain, dans la Libre Belgique : "...Faire porter, à la RMB, la responsabilité de décisions en matière de programmation de la RTBF est une fausse affirmation... C'est un type d'affirmation qui émane souvent de l'intérieur de la RTBF, à savoir de gens qui –à juste titre ou non– estiment avoir été maltraités. Soit parce qu'on les a empêchés de réaliser un projet d'émission, soit qu'on ait supprimé leur émission. La RMB joue alors le rôle de bouc émissaire idéal : c'est la faute à l'audience et à la pub...".

Ce 15 mars, quelques heures plus tard, au cours d'une autre réunion qui n'avait pas de rapport direct avec les auditions du Parlement, l'A.T.A. entendit deux cadres supérieurs de la RTBF, alors qu'ils n'étaient même pas interrogés sur cette thématique, prendre l'initiative d'affirmer que «la notion d'audit est intégrée par le personnel». Et personne n'avait retiré à ces deux témoins l'une ou l'autre émission puisqu'ils ne travaillent pas directement à la conception de programmes.

Ainsi, Monsieur Vander Sande dit probablement vrai mais n'aborde qu'une partie de la réalité. La situation est bien plus problématique : le personnel de la RTBF n'a même plus besoin que la RMB lui donne des injonctions ! Voilà pourquoi notre demande d'enquête porte également sur l'influence de la publicité "dans la mentalité, dans les réflexes du personnel de la RTBF". ■

tives. Il explique que les équipes de France 2 “zooment”, “cadrent serré” les visages des interviewés pour éviter les marques.

À la RTBF, c’est quasi l’inverse qui se passe. Le même jour, dans “Les @llumés.be” consacré à l’auteur de BD Tibet, le nom imprimé sur une tasse permettait au public de découvrir le nom du café où la séquence était tournée. Quelques jours plus tard, le 27 février 2001, dans la séquence sportive qui clôturait le JT de la mi-journée, une interview était tournée devant l’un de ces fameux murs truffés de sponsoring. Contrairement à ce qui se passe sur France 2, on pouvait y repérer très aisément le sigles des marques : Adecco, Dexia, Agfa, Coca Cola, etc.

Les chaînes françaises “floutent” ou “mosaïquent” les marques qui traînent dans les reportages. Ce n’est pas le cas à la RTBF.

En France, il suffit que les marques apparaissent dans les émissions pour que l’on puisse poursuivre une chaîne. En Communauté française, la situation est plus laxiste : il faut prouver que la chaîne a été intéressée financièrement par cette opération. Cette position ne tient pas compte du confort du public : les téléspectateurs devraient avoir le droit de découvrir des émissions où les murs et les tables ne sont pas tapissés de publicité !

15

Le partenariat

Nous pensons que, dans certains cas, les partenariats que la RTBF entretient avec certains acteurs culturels ne permettent plus aux journalistes de mener de façon efficace leur travail d’investigation dans les reportages consacrés à ces activités.

Dans notre mensuel “Comment Télézez-Vous ?” (N°59, 15 décembre 2000), nous avons détaillé le contenu des 25 minutes consacrées par les émissions d’information de la RTBF (rien que pour la télévision) à l’ouverture du Parc d’Aventures Scientifiques (le PASS) inauguré à Frameries, le 4 mai 2000.

La RTBF n’avait pas signalé à ses téléspectateurs que les travaux du PASS n’étaient pas terminés alors que son entrée coûtait 490 FB. Quelques jours plus tard, le 14 juin 2000, Le Ligueur avait publié plusieurs lettres incendiaires de visiteurs du PASS qui s’étaient sentis lésés.

Nous avons conclu ainsi cette enquête : “...Il nous semble que le sponsoring constitue un péril extrêmement préoccupant en la demeure RTBF”.

Dès le 20 août 2000, nous avons demandé à Jean-Pierre Gallet, le Directeur de l’Information, de se positionner. Le 31 octobre 2000, il nous écrivait, à propos du dossier “L’Info à la RTBF” dans lequel cette enquête sur le PASS avait été publiée aux côtés d’autres articles : “...Je prendrai contact avec vous dès que l’occasion se présentera”. Ce 7 mars 2001, nous n’avons toujours pas reçu de réponse de Jean-Pierre Gallet.

Il est piquant de découvrir, ce 26 février 2001, dans Le Soir, pourquoi l’ouverture du PASS fut prématurée : “...Ouvert trop tôt, -il fallait prendre de vitesse les élections communales du 13 octobre 2000-, le PASS avait dû se débrouiller avec les moyens du bord sans arriver à masquer complètement les imperfections au nombre desquelles l’aspect inachevé de plusieurs de ses salles...”.

16

L’autopromotion

Il reste à traiter de l’autopromotion. Exceptionnellement, nous prendrons un exemple d’une “pratique” qui a cours en radio.

Selon vous, est-il normal que les différents animateurs ou chroniqueurs de la Semaine Infernale autopromotionnent entre-eux leurs livres, spectacles, etc. et même ceux de leur famille ?

Répondant à une question sur cette thématique posée par Nicolas Crousse, dans le quotidien “Le Matin” du 27 décembre 2000, le dessinateur Pierre Kroll explique “...Il faut mettre l’autopromotion de La Semaine Infernale en parallèle avec les risques de l’émission. Une des rares émissions où l’on a une grande liberté de parole... Cette liberté de parole mérite compensation. On a le droit de la compenser par cette sorte-là de copinage...”

Alors que cette déclaration scandaleuse ne provoque aucune réaction publique ni à la RTBF, ni au CSA, des autopromotions analogues sont condamnées sans appel en France.

Ainsi, Hervé Bourges, le Président du CSA français, écrivait, ce 8 novembre 1999, à Marc Tessier, le Président de France Télévision, à propos de quatre émissions de La Chance aux Chansons qui avaient été l’occasion pour l’animateur Pascal Sevran “...d’assurer de façon éhontée la promotion de son nouvel album et de sa prochaine tournée”. On y apprend “qu’une telle pratique relève clairement de la publicité clandestine”. Hervé Bourges poursuit : “...Il s’agit de surcroît d’un procédé déontologiquement très contestable tant de la

part de l’animateur, qui use de ses émissions pour assurer la promotion de ses activités, que de la part de France 2, qui par sa politique d’invitation contribue à promouvoir un produit que, par ailleurs, elle édite et distribue par l’intermédiaire de ses filiales. Une telle dérive met en exergue la perte de maîtrise de son antenne par France 2 et donne lieu de s’inquiéter s’agissant d’une chaîne qui doit constituer la référence en matière d’éthique”.

Bien entendu, les livres, les disques ou les spectacles des animateurs ou de chroniqueurs de La Semaine Infernale peuvent être présentés dans les autres émissions de la RTBF auxquels ils ne collaborent pas... C’est d’ailleurs ce qui se passe très régulièrement.

17

Une solution ?

Ainsi, nous constatons une série non négligeable de dérégulations en ce qui concerne l’autopromotion des animateurs de la RTBF, le parrainage politique ou culturel, la publicité clandestine...

Le futur Contrat de Gestion ne pourrait-il pas prévoir l’obligation pour la RTBF endéans un certain délai de mettre en place une réglementation digne d’un Service Public en ce qui concerne ces différents sujets, dans la lignée de ce que le décret avait prévu pour l’élaboration d’un code de déontologie des journalistes (le “règlement d’ordre intérieur relatif au traitement de l’information et à la déontologie des membres du personnel, et notamment à la déontologie des journalistes”).

18

Manque de diversité

Nous partageons l’opinion de François Heinderyckx, chargé de cours à l’ULB : dans Le Vif/L’Express (02/03/2001), il explique que la spécificité du Service Public ne peut s’articuler qu’autour de la diversité des contenus, des styles, des goûts et que celle-ci “fait notoirement défaut en télévision”.

Le Service Public doit s’intéresser davantage aux multiples publics minoritaires qu’à un public massifiant.

La polémique concernant les feuilletons américains n’a de sens, pour nous, que lorsque l’on constate le manque de diversité des programmes du dimanche où s’accumule de façon excessi-

ve la diffusion de ce type de programmes.

On pourrait prendre pleins d'autres exemples et notamment citer les noms d'une vingtaine de "personnalités" qui sont surmédiatisées à la RTBF, tant en radio qu'en télévision.

Est-ce du copinage ? Peut-être. Pour le personnel de la RTBF, il y a certainement également le manque de temps pour investiguer et rechercher d'autres talents. Il y a enfin une autre raison beaucoup plus sournoise : le réflexe de la recherche de l'audimat qui s'est surdéveloppé avec l'arrivée de la publicité sur le Service Public... Plus un invité passe à l'antenne, plus le public le connaît et plus l'audience risque d'être au rendez-vous.

Il faudrait donc que des incitants favorisant l'expression de la diversité soient inscrits dans le nouveau contrat de gestion. Sinon la pression publicitaire risque de détourner de plus en plus la RTBF de sa mission de Service Public.

19

Divers

Il reste bien entendu de multiples sujets à traiter. En voici cinq qu'il nous semble important de mettre en évidence.

1) Il faudrait préciser que c'est "tous les jours" que les malentendants ont le droit de découvrir avec une traduction en langue des signes "le journal télévisé de début de soirée". Lorsqu'un programme spécial, par exemple sportif, est diffusé en direct sur La Deux entre 19H30 et 20H, les sourds et les malentendants sont privés de la version du JT qui leur est destinée. Il faudrait

que la RTBF, ces soirs-là, diffuse le JT de début de soirée avec traduction en langue des signes à l'issue du programme spécial.

2) La RTBF doit absolument, à côté de son audimat, élaborer des mesures de type "qualimat" et en diffuser les résultats auprès du public (sur son site Internet ?)

3) Le Chapitre XXVIII du Contrat de Gestion du 14 octobre 1997 prévoit que

c'est le Gouvernement de la Communauté française qui peut sanctionner la RTBF. Il nous semble que cette tâche devrait revenir au Conseil Supérieur de l'Audiovisuel. Cette évolution permettrait de diminuer les liens directs de dépendance entre la Communauté française et le média audiovisuel de service public.

4) Nous demandons la suppression du "notamment"

Ainsi fonck fonck fonck...

[16/03/2001]

Sans prendre position sur la qualité de ses prestations, nous pouvons nous étonner de l'omniprésence du chanteur Jean-Luc Fonck à la RTBF.

Le Soir l'a lui-même remarqué dans un article publié dans son édition du premier week-end de mars 2001. Jean-Luc Fonck sera l'invité de l'émission "Les @llumés.be" alors qu'il en est déjà un chroniqueur régulier : "...On ne conteste pas sa qualité d'artiste mais simplement le mélange des genres. Entre les deux, il faut choisir, non ?" conclut Le Soir.

Quatre jours avant la diffusion de cette édition des "@llumés.be", le 13 mars 2001, "Forts en tête" proposait un panorama de la chanson belge d'expression francophone.

À nouveau, la RTBF multipliait les rôles et donc la médiatisation de Jean-Luc Fonck : sous l'aspect d'un chauffeur de taxi, il jouait le rôle d'interviewer des différents chanteurs mis à l'honneur dans l'émission et, par le biais d'un trucage, il s'auto-interviewait lui-même assez longuement. Plusieurs extraits de ses prestations scéniques furent également présentées.

En une heure, il n'est pas facile de proposer un panorama de la chanson de chez nous. Le courant d'une chanson davantage sociale dont les fers de lance seraient des Claude Semal et des Christiane Stéfanski fut à peine évoqué. Ainsi, lorsqu'on en remet une couche sur certains, on nuit à une mission essentielle du Service public qui consiste à proposer aux téléspectateurs, de préférence de façon critique, "la diversité" de la création artistique.

Notre critique ne s'adresse pas à Jean-Luc Fonck, un exemple parmi d'autres, mais bien au personnel de la RTBF.

Voilà un bel exemple belge qui intéresserait certainement l'auteur français Baptiste Vignol qui vient de publier "Cette chanson que la télé assassine" aux éditions Christian Pirot (distribué en Belgique). Nous y reviendrons ultérieurement. ■



inscrit dans l'article 11 du chapitre IV du Contrat de Gestion du 14 octobre 1997. À savoir : "...Tant en radio qu'en télévision, l'Entreprise diffuse et produit régulièrement dans un volume arrêté annuellement par le conseil d'administration, des émissions d'éducation permanente, en vue de contribuer notamment à la formation, l'éducation, l'information des consommateurs, la sensibilisation à l'environnement et au cadre de vie, l'éducation à la santé, la compréhension de la vie sociale, politique et économique, l'information des jeunes, l'éducation aux médias et la vulgarisation scientifique".

Ce "notamment" a, en effet, permis à la RTBF, malgré notre demande et même celle du Ministre de l'Audiovisuel de l'époque, pendant trois ans, de ne pas créer un

journal télévisé pour les enfants alors que l'expression "l'information des jeunes" figurait bien dans le texte...

Il a permis également à la RTBF de ne diffuser aucune émission d'éducation aux médias depuis le début de la saison 1999-2000.

Pour éviter pareille anomalie, il nous semble qu'un volume minimum à consacrer annuellement à chacun des secteurs d'activité mentionnés dans cet article 11 devrait être précisé, tant pour les émissions de radio que pour celles de télévision.

5) L'une des raisons d'envisager l'extension de la zone de diffusion pour les télévisions locales réside dans le fait qu'il serait intéressant que le public de telle ou telle région puisse découvrir ce qui se passe dans une autre

région. On peut craindre que pareil projet dénature les télévisions locales. Ne serait-il pas plus intéressant que la RTBF doive diffuser sur son antenne un résumé quotidien ou hebdomadaire des différents JT des télévisions locales ?

Nous vous remercions pour votre attention.

Benoit Goossens,
Président.

Bernard Hennebert,
Coordinateur.

L'AJ démystifie la direction de la RTBF

COUP DE GUEULE DES JOURNALISTES

[16/03/2001]

Dans le seul article de conclusion des auditions paru dans la presse quotidienne, La Libre Belgique du 16/03/2001 cite comme "l'un des moments forts", le "coup de gueule" de l'A.J., l'Association des Journalistes de la RTBF.

• • •

On comprend d'autant moins que la Direction de la RTBF ne consulte pratiquement jamais son personnel lorsqu'on découvre la pertinence de la contribution de l'A.J. que nous publions ci-dessous. ■

*Monsieur le Président,
Mesdames, Messieurs les commissaires,*

Laissez-moi tout d'abord, au nom de notre Association, vous remercier de nous recevoir à l'occasion de ce débat sur l'audiovisuel public. Cela nous permet d'exprimer notre point de vue sur une des activités essentielles de la RTBF : l'information, qui très curieusement, comme le remarquait récemment un article de la revue de l'AGJPB, "Journalistes", n'était que très peu évoquée dans le débat autour de notre institution.

L'exposé qui va suivre se veut critique. Il tente de souligner ce qui, structu-

rellement, empêche, à notre sens, la RTBF d'améliorer son information. Il souligne des dérives sans mettre en cause l'ensemble de l'information dispensée par la RTBF. Comme vous l'ont dit les producteurs, la plupart des personnels sont fiers de travailler dans cette Maison, fiers aussi des programmes qu'elle produit. Mais nous pensons que la RTBF peut mieux faire, surtout qu'elle doit réaffirmer, approfondir ses spécificités pour justifier à la fois l'intérêt du public et l'argent que la collectivité lui consacre.

Le court exposé qui va suivre sera articulé autour de trois points : l'information de service public (conditions et contenu), les nominations, le recrutement.

L'INFORMATION DE SERVICE PUBLIC

Nous ne sommes pas les premiers à vous le dire : la RTBF souffre d'un manque de communication interne, d'un manque de débat. Peu d'évaluation sérieuse de ce qui est produit, peu de réflexion prospective, du moins de celle qui associe l'ensemble du personnel.

Cela est vrai aussi en matière d'information.

La plupart des nouvelles émissions ou des nouveaux créneaux d'information décidés ces dernières années l'ont été sans consultation des princi-

paux intéressés : les journalistes et autres personnels de l'info.

L'exemple tout récent de la tranche de TV du matin est de ce point de vue tout à fait éclairant : un projet relativement vague est déposé au Conseil, celui-ci l'adopte sans véritable justification (être les premiers sur cette tranche horaire, est une question "stratégique" selon la hiérarchie), le personnel est ensuite prié de le réaliser.

Cette absence de consultation n'est pas seulement curieuse pour une "entreprise" moderne, particulièrement pour un service public, elle est surtout, à notre sens, contre-productive. Elle ne profite pas ou peu de l'expérience des gens de terrain.

Ce type de fonctionnement a abouti à une multiplication des rendez-vous d'information aux dépens d'une réflexion sur les contenus. La quantité a primé la recherche de la qualité.

Exemple : aujourd'hui plus de la moitié des journalistes du Journal Parlé sont requis par des postes fixes de présentateurs ou d'éditeurs. Les journalistes chargés de traiter les dossiers doivent servir un nombre très élevé d'éditions, des bandes sont réutilisées trois ou quatre fois. Il est difficile d'approfondir les sujets, de trouver des choses neuves, de pou-

Premier bilan

[16/03/2001]

Les auditions s'échelonnèrent du 23 janvier au 15 mars 2001. Certaines durèrent plus de trois heures. Certains jours, deux auditions étaient prévues. En tout, dix journées furent consacrées à ces rencontres de témoins internes ou externes à la RTBF. Les parlementaires n'ont pas eu peur d'abattre pareil travail. Bravo ! Le choix des personnes auditionnées nous est apparu comme judicieux. L'A.T.A. a assisté à toutes ces rencontres et peut affirmer que le Parlement s'est donné les moyens de réaliser un diagnostic très précis de la RTBF. Maintenant, ils savent... Mais après ?

L'accueil fut des plus chaleureux. Nous avons été heureux de découvrir des parlementaires qui interrogent, qui s'interrogent et qui prennent le temps d'écouter. Domage que les caméras de la RTBF aient aussi mal restitué ce fait qu'il serait si utile de montrer à certains électeurs qui doutent de l'utilité du travail parlementaire.

Il faut le souligner : La Libre Belgique fut la plus présente. Le Soir délégua également assez régulièrement l'un ou l'autre de ses journalistes. Belga comme la RTBF vinrent uniquement lorsque les "autorités" s'expriment. Les autres quotidiens et hebdomadaires brillèrent par leur absence. Il est surtout regrettable que les hebdomadaires TV ne s'intéressèrent pas à cet événement car leurs lecteurs sont directement concernés par cette thématique.

La suite ? Les parlementaires de la Commission vont rédiger un rapport qui sera accessible au public (Commission de l'Audiovisuel, rue de la loi, 6 - 1000 Bruxelles). Il permettra au Ministre de l'Audiovisuel ainsi qu'à ses confrères du Gouvernement de mener avec le Conseil d'administration de la RTBF la renégociation de son contrat de gestion à la fin de ce mois d'avril 2001. ■

voir donner des points de vue critiques.

Par ailleurs, la durée actuelle des journaux, et donc des sujets, permet rarement un tel approfondissement.

Autre exemple : dans la plupart des centres régionaux, la division en rédaction radio et rédaction TV n'est toujours pas réalisée. Les journalistes sont donc amenés à tout faire, ce qui est quasiment impossible. Coïncés entre les différentes éditions (les éditions régionales, le journal de la mi-journée, les principales éditions du JP, Régions-Soir et le JT1), ils n'ont que trop peu de temps pour véritablement enquêter, approfondir l'information. Très souvent ils sont amenés à privilégier la TV par rapport à la radio. En outre, par manque de temps, les journaux régionaux contiennent peu de mises en perspective alors qu'ils devraient être le premier échelon d'une information citoyenne.

Dernier exemple : les émissions quotidiennes en TV. La même évolution y est perceptible. Souvent, la même équipe est chargée de fabriquer un sujet pour les deux principales éditions du Journal télévisé et "Régions-Soir". Cela appauvrit le travail journalistique, tant sur le plan de la forme que sur le plan du fond. Fréquemment une équipe doit arrêter de tourner pour pouvoir monter le sujet du Journal de la mi-journée. Lorsque celui-ci est terminé, l'événement est passé. Il est trop tard pour espérer améliorer réellement le sujet. Comme vous le savez, la fabrication d'un sujet en télévision est longue et lourde. L'idéal

serait qu'à chaque édition importante corresponde une équipe : c'est le cas dans la plupart des TV autour de nous, pas à la RTBF.

Tout cela ne semble pas être entendu par la hiérarchie qui continue à privilégier l'option quantitative. La plupart des moyens nouveaux de la RTBF vont ainsi, en matière d'info, être engagés dans une nouvelle augmentation de notre offre de programmes plutôt que dans une amélioration de ce qui existe.

Et ce que l'on sait des moyens mis à disposition de ces programmes nous paraît insuffisant. Exemple : la radio de nuit. S'il faut assurer information et animation pendant toute l'année les 10 millions prévus seront insuffisants. De la même manière, on peut penser que les 63 millions prévus pour la TV du matin seront tout aussi insuffisants (la somme a d'ailleurs été déterminée à la suite d'une sorte de compromis au sein du Conseil). Il faudra retirer des moyens ailleurs, et donc appauvrir les éditions de la mi-journée et de 19h30.

Nous ne sommes pas, par principe, contre ces nouveaux créneaux

d'information. Nous croyons seulement qu'ils risquent de se réaliser aux dépens des tranches existantes, autrement plus importantes, à nos yeux, en terme stratégique.

Cet appauvrissement est en contradiction avec un bon travail d'information, a fortiori d'une information, même quotidienne, de service public. En 1993, l'AJ écrivait : "L'information de service public est (...) d'abord une information sur les enjeux. Elle vise à les expliquer, ou mieux, à les dévoiler, un peu à la manière d'un technicien qui auprès d'un décideur montre les différents scénarios possibles et en évalue les conséquences. En l'espèce, le journaliste met en valeur les enjeux et le citoyen décide. Autrement dit, l'information de service public ne doit pas se confondre avec la communication. Il ne faut pas seulement donner la parole à tout le monde, il faut aussi analyser les propos de chacun." Telle est encore l'ambition des journalistes de la RTBF.

Sans doute les divers magazines produits par la RTBF sont-ils là pour tenter d'atteindre ce but. Mais cet objectif doit aussi être celui

TV ET PROPAGANDE

Notez-le dès maintenant !

Notre "Midi de l'Audiovisuel" de mai prochain aura pour thème "Les télévisions rendent-elles sympathiques nos guerres sanguinaires ?".

Débatront de ce thème Paul Germain qui, avant L'Ecran Témoin, travaillait au JT de la RTBF à l'époque de la Guerre du Golfe, et Anne Morelli qui vient de publier chez Labor "Principes élémentaires de propagande de guerre".

Cette rencontre se déroulera le mardi 15 mai, de 12H30 à 14H, au Forum de la Fnac de Bruxelles. ■

d'une information quotidienne, y compris régionale, celle que suit la plus grande partie de notre public. Il est déjà difficile aujourd'hui d'y parvenir. Ce le sera encore plus demain si les projets annoncés se réalisent dans les faits.

Cela ne veut absolument pas dire que, pour nous, l'information à la RTBF soit aujourd'hui déficiente. Mais nous croyons qu'au moment où d'éventuels moyens nouveaux se dégagent, (moyens limités rappelons-le), il vaut mieux les investir dans une amélioration de la qualité plutôt que dans une augmentation de la quantité.

Pour nous, l'option quantitative est une sorte de fuite en avant. Elle tient au manque d'un vrai projet éditorial commun à l'ensemble de la Maison. On pourrait épiloguer longtemps sur les raisons de cette insuffisance. Nous croyons qu'elle n'est que le reflet de l'absence d'une véritable consultation interne et de l'éparpillement de la décision qui caractérise aujourd'hui la RTBF.

LES NOMINATIONS

Depuis sa création en 84, l'AJ/RTBF se bat pour une véritable dépolitisation des nominations. Selon nous, la radio-télévision de service public se doit d'être indépendante des pouvoirs politiques. Sans doute, y a-t-il eu quelques avancées ces dernières années, des nominations en fonction de réelle compétence. Mais nous devons bien constater que, malgré ces avancées, cette dépolitisation est loin d'être effective partout.

Deux cas de figure :

- il arrive encore qu'un journaliste passe du cabinet ministériel où il avait décidé de faire un détour, à un poste de responsabilité dans une rédaction, sans pour autant que les capacités de ce journaliste aient été d'une manière ou d'une autre remarquée avant son départ en politique. C'est évidemment inadmissible et injustifiable.
- les postes à mandat. Lors des réunions du Conseil, des organigrammes sont établis et les postes à pouvoir sont répartis en fonction des affiliations politiques sans que la compétence soit considérée comme le premier critère. Depuis très longtemps, l'AJ est favorable au système des mandats. Pour nous un mandat se conçoit comme un contrat entre une personne d'une part, une direction et une équipe de l'autre. Jusqu'ici à la RTBF, les

projets des candidats aux mandats ne sont pas publiés ni avant, ni après leur nomination. Les équipes avec lesquelles ces candidats sont censés travailler ne sont pas consultées. Il ne peut donc y avoir de véritable évaluation en fonction d'un projet.

Le système des mandats, n'a donc pas permis de choisir les meilleurs et dans certains cas, l'animation des rédactions est mal assurée. En outre, il est loin de garantir une meilleure gestion. Il a donc fragilisé les personnes nommées, sans pour autant dépolitiser les nominations. Bien au contraire. Ceux qui ont décidé de ne pas jouer dans cette pièce n'ont aucune chance de pouvoir un jour occuper des responsabilités importantes. La RTBF se prive ainsi de réels talents.

À notre sens ceci est un dévoiement du pluralisme exigé avec raison du service public.

La loi demande que les organes de gestion reflètent les tendances philosophiques, politiques et sociales représentées au Conseil de la Communauté française. Mais elle n'exige en rien un tel dosage politique à tous les niveaux de la hiérarchie. La logique d'entreprise voudrait au contraire que les personnes amenées à occuper des postes de responsabilité soient choisies sur la base de leurs compétences et d'un projet approuvé par la direction ET par les équipes qu'elles devront diriger.

Pour nous aussi le pluralisme est une valeur essentielle, fondamentale, consubstantielle même du service public. Mais ce pluralisme est celui du produit : d'une information faite dans un esprit d'indépendance, par des journalistes eux-mêmes indépendants, encadrés par une hiérarchie qui ne doit rien aux pouvoirs politiques. On est loin du compte.

LE RECRUTEMENT

Cela fait plus de 10 ans maintenant qu'il n'y a plus eu d'examen statutaire.

Cela ne veut pas dire que la RTBF n'a pas engagé d'excellents journalistes depuis. Mais nous croyons que l'équité exige d'un service public qu'il soit ouvert à tous puisque son financement reste prioritaire-ment public.

C'est en outre la garantie d'un recrutement "naturellement" pluraliste : il n'y a aucune raison de penser que telle ou telle famille politique, idéologique ou philosophique... puisse être

favorisée par un recrutement public. Bien plus : un tel recrutement donne la possibilité de faire entrer à la RTBF des gens de tous les horizons. Particulièrement des gens de toutes les origines sociales, avec une grande diversité de formation et de culture. Nombreux sont ceux qui aujourd'hui font la fierté de notre institution et qui n'auraient jamais pu y entrer si un examen ouvert à tous n'y avait pas été organisé.

Aujourd'hui, le recrutement avec appel restreint ne garantit pas cette diversité sociale. La plupart des nouvelles recrues viennent des écoles de journalisme, et sont formées au moule de ces écoles. Sans doute sont-elles dès lors plus rapidement "rentables", mais la diversité des approches, véritable richesse de notre Maison, n'est plus au rendez-vous.

Lorsqu'en 1994, l'AJ a proposé l'idée de régulariser les contractuels, régularisation qui vient seulement d'arriver à son terme, cette proposition était accompagnée de deux conditions : que la direction en finisse une fois pour toutes avec les engagements contractuels, que des examens réguliers avec appel public soient à nouveau organisés.

Aujourd'hui pourtant il y a de nouveau, dans nombre de rédactions, des gens sous contrat, avec pour conséquence des différences de statut, de droit et de protection. Cela est inadmissible. Particulièrement dans un service public.

Monsieur le Président,
Mesdames, Messieurs les Commissaires,

Les débats organisés dans cette enceinte sont destinés à éclairer le Ministre lorsqu'il renégociera le contrat de gestion de la RTBF. Selon l'AJ/RTBF, le pouvoir politique n'a pas à s'immiscer dans le contenu des programmes de notre Maison. Il doit mettre en place les structures capables de lui permettre de fonctionner convenablement.

Pour nous un mot devrait résumer ce fonctionnement : transparence.

Cette transparence vous pouvez aider à y parvenir : en donnant aux rédactions un droit de regard garanti sur les projets et les nominations, en vous engageant à véritablement dépolitiser ces nominations, en réaffirmant clairement la nécessité d'un recrutement ouvert à tous.

Christian Dupont
Président de l'AJ

SUR LA MÊME LONGUEUR D'ONDE

[14/03/2001]

Le 13 mars 2001, Jacques Sépulchre, le Secrétaire général de la Ligue des Familles, a été entendu par les parlementaires. Sa communication que nous publions ci-dessous renforce sur bien des points celle que fit l'A.T.A., le 7 mars 2001.

• • •

La Ligue des Familles constitue probablement le plus important mouvement associatif de type pluraliste de la Communauté française. Il nous semble que les parlementaires, le Gouvernement et la Direction de la RTBF doivent être particulièrement attentifs à son évaluation ainsi qu'à ses propositions. ■

*Monsieur le président,
Mesdames et Messieurs les
Commissaires,*

Le débat que vous avez déjà largement entamé, intéresse au premier chef les familles car c'est à leur principale destination que sont réalisés les programmes de la télévision de service public visés par le Contrat de gestion qui est en discussion. Je dois dès lors vous remercier chaleureusement d'avoir choisi d'inviter la ligue des Familles à s'exprimer sur cette matière. C'est une très heureuse initiative dont j'espère vous prendrez l'habitude.

L'approche de la télévision par les familles se fait de manière relativement pragmatique. Les familles aiment et critiquent la télévision comme elles la regardent : avec peu de recul, avec la diversité des valeurs qui les traversent, avec fougue et passion mais souvent avec un vrai "bon sens populaire". C'est donc tenant compte de ce pragmatisme mais aussi de la réflexion menée au sein de notre mouvement, que je voudrais prendre parole aujourd'hui.

J'exclurai de mon discours toute approche technique que je laisserai à ceux dont c'est le métier. J'aborderai la question autour de trois volets :

- *l'intérêt d'une télévision de service public pour les familles aujourd'hui;*
- *la télévision et les enfants;*
- *la publicité télévisuelle.*

1

L'intérêt d'une télévision de service public pour les familles aujourd'hui

a) Être un acteur indispensable en matière d'éducation permanente

L'intérêt d'une télévision et d'une radio de service public est très certainement pour toutes les familles de leur procurer un moment de loisir et de détente réparateur. Dans le stress de la vie actuelle ce moment de détente est souvent le bienvenu. Mais la télévision et la radio de service public ratent une part importante de leurs objectifs si elles se limitent à cet aspect des choses. C'est donc le formidable moyen d'éducation permanente qu'elles représentent qui doit être privilégié. Cela pour plusieurs raisons :

- *apporter pour chacun un complément d'éducation permanente;*
- *donner un maximum de chances d'insertion sociale pour tous;*
- *promouvoir l'accès le plus complet à la citoyenneté.*

La télévision et la radio entrent dans tous les foyers ou quasi. Elles sont donc devenues un moyen essentiel au développement d'une éducation de masse différente de l'école, complémentaire à l'école mais aujourd'hui indispensable comme l'école. Avec les organisations d'éducation permanente (acteurs de terrain), elles complètent un triangle qui doit travailler en réseau :

- *pour aider le maximum de citoyens à percevoir l'environnement social, économique, culturel et politique dans lequel ils vivent;*
- *pour leur permettre de se situer dans la société, y faire débat et y trouver leur place;*
- *pour pouvoir y devenir acteurs et agir ainsi pour un avenir meilleur pour eux et tous les leurs.*

Cette mission du service public est incontournable. Même s'il faut reconnaître à la RTBF, le mérite d'un réel travail dans ce domaine, il faut toutefois y relever des lacunes. Les intentions qui étaient affichées à cet égard à l'article 11 du chapitre IV du Contrat de gestion de 1997 ont été insuffisam-

ment rencontrées. Elles le seront encore moins si des émissions comme "Cartes sur table" venaient, comme on en parle, à se voir diminuer leur temps d'antenne. Les émissions qui ont visé cet objectif d'éducation permanente, ont été programmées de manière trop dispersée. Elles demanderaient une régularité beaucoup plus importante et une certaine forme de systématisation. Un quota minimum devrait être fixé pour ce type de programmes.

Comme ce travail d'éducation permanente se situe dans un triangle "école - acteurs de terrain - télévision", il devrait s'articuler autour d'une plus grande synergie entre ces trois pôles. À cet effet, je voudrais émettre ou soutenir deux propositions.

Première proposition : un partenariat plus important entre la RTBF, le monde de l'enseignement et les organisations d'éducation permanente devrait être établi sous forme d'un véritable accord de coopération entre les acteurs. Nous observons à la Ligue des Familles, qu'elle est le besoin des parents notamment en terme de soutien dans leur rôle de parents. La société que nous connaissons à bouleverser leurs repères à cet égard. Il est indispensable qu'un travail collectif soit entrepris sur cette matière. "Papa, maman et moi" c'est un bon début mais cette démarche doit être soumise à la critique, doit être complétée par d'autres approches.

La Communauté française qui regroupe les diverses compétences de l'enseignement et de l'audiovisuel, pourrait être l'instigateur et le coordinateur de cette coopération. Cela peut être intéressant pour autant que la RTBF n'aborde pas cette question avec une visée commerciale en tentant de dégager des coopérations financières dans un secteur qui étouffe déjà faute de moyens.

Deuxième proposition : l'annonce des grands moments de l'action des organisations d'éducation permanente devrait trouver place dans les programmes au même titre que les grands événements culturels artistiques (on parle d'un JAVA bis). Ce travail de

communication est important pour rendre plus accessible ce type d'information et pour crédibiliser les actions entreprises.

b) Etre à l'écoute des téléspectateurs et leur garantir cette écoute

Pour être crédible dans ce travail de proximité et d'éducation, la télévision de service public doit garantir à ses téléspectateurs qu'elle est véritablement à leur écoute. Sur ce plan, deux remarques doivent être formulées.

Le service de médiation de la RTBF ne bénéficie pas d'une indépendance suffisante pour apporter une réelle médiation. Comme service interne de la RTBF dépendant de ses organes de direction, il ne peut avoir l'impartialité requise.

Le Conseil supérieur de l'audiovisuel pour sa part ne bénéficie pas de moyens suffisants pour assurer une véritable évaluation des opérateurs audiovisuels. L'indépendance par rapport aux données fournies est essentielle pour sa mission. La mise en place d'un observatoire doté de ces moyens est absolument nécessaire.

2

La télévision et les enfants

Dans ce domaine, la Ligue des Familles tient à souligner deux heureuses décisions qui ont été "arrachées" ces deux dernières années au prix d'un combat où elle s'est fortement impliquée. Ces deux décisions sont la mise en place d'une signalétique relative à la "protection des mineurs contre les émissions de télévision susceptibles de nuire à leur épanouissement physique, mental ou moral", et la création des "Niouzz", journal d'information pour les enfants.

Pour ce dernier, la formule qui a progressivement évolué, s'est adaptée de manière tout à fait positive. L'équipe qui gère l'émission, a compris de quelle manière le public d'enfants devait être abordé. On a pu même constater que certains adultes trouvaient intérêt dans la formule en disposant d'un réelle vulgarisation de l'information. Il s'agit donc de pérenniser la formule actuelle des Niouzz qui marche bien.

En ce qui concerne la signalétique, c'est avec bonheur que nous avons vu progresser le système pour adopter in fine le système français. Ce choix apporte plus de cohérence et de facilité pour les familles et ce n'est que mieux.

J'aborderai une troisième question qui concerne par-

ticulièrement les enfants dans le troisième volet qui va suivre c'est celui de la publicité télévisuelle.

3

La publicité télévisuelle

La Ligue des Familles reçoit de nombreuses interpellations sur cette question. Ce fut notamment le cas avec la dernière affaire liée à la publicité d'ADECCO où la position de la RTBF fut particulièrement courageuse.

La publicité est un moyen de communication nécessaire pour les producteurs de biens et services afin de faire connaître ce qu'ils produisent. Toutefois ceci ne doit pas permettre tout et n'importe quoi. Aujourd'hui nous voyons un certain laxisme s'instaurer. La préservation du consommateur n'est plus garantie. La Communauté française doit à cet égard aller plus loin que les directives européennes dont on sait que le principal souci est de promouvoir avant tout la libre circulation des biens et des services.

Nous pensons qu'il y a un besoin urgent de légiférer contre certaines formes de publicité. Cette demande de régulation ne se fait pas avec des relents cachés de puritanisme mais parce qu'il nous semble que des valeurs collectives essentielles sont mises en danger. Le fond de certains messages s'attaque directement ou sournoisement à nos références communes comme la solidarité, la participation, le respect de soi et des autres, ... en les décrédibilisant et en faisant l'apologie de la compétition, de l'individualisme et de l'hypocrisie. Ce type de dérive est d'autant plus sérieuse que le public visé est celui des jeunes et des enfants.

Ces campagnes de publicité altèrent les comportements sociaux que les parents, les enseignants et les éducateurs, conscients de leurs devoirs, tentent de promouvoir. De plus en poussant à la surconsommation, elles créent des pratiques coûteuses pour la société d'un point de vue social, éthique et écologique. Je n'ai pas besoin de m'étendre sur les conséquences en terme d'endettement, de droits de l'homme, de pollution, d'épuisement des ressources et de modification de notre écosystème.

Des mesures de régulation plus stricte doivent être adoptées. Il est temps d'imposer un code minimum de déontologie aux publicitaires.

Une attention plus particulière doit être accordée à la publicité vers les enfants.

Sans aller jusqu'à l'interdire comme le demande, sans succès, la Suède au sein de la Commission européenne, nous demandons une limitation plus importante de la publicité à destination des enfants en l'interdisant sans restriction pendant les émissions qui les concernent avec une extension à 5 minutes avant et après ces émissions (comme en Flandre). Il semble que les ministres Miller et Nollet soient d'accord d'aller dans ce sens.

Mais rien ne sert de limiter sans contrôler. L'affaire ADECCO a montré que nous ne disposons pas d'outils suffisants. Ceci justifie d'autant plus la mise en place d'un observatoire tel que celui dont j'ai déjà parlé dans le volet sur l'écoute des téléspectateurs. De plus, on a pu constater que l'autorégulation du secteur est insuffisante notamment au travers du Jury d'Ethique Publicitaire.

Reste la nécessité d'une éducation aux médias pour les enfants, pour les jeunes et pour les adultes. L'analphabétisme sur ce plan est quasi complet. Les citoyens sont pratiquement tous amenés à utiliser un langage qu'ils ne décodent pas. Chaque téléspectateur peut être sujet à la manipulation sans disposer des moyens de s'en rendre compte. Il est indispensable de lui donner au plus vite la pleine possibilité d'un regard audiovisuel critique pour une maîtrise de son information, de son opinion et de son autodétermination.

Là aussi, l'action conjuguée de l'école, des organisations d'éducation permanente et de la télévision de service public elle-même, devrait être promue. Ce pourrait être le premier objectif à poursuivre dans le cadre de la proposition de coopération que j'ai formulée dans le volet "être un acteur indispensable en matière d'éducation permanente".

Suite à la demande de mettre en place une table ronde sur la publicité que nous lui avons adressée fin février, Monsieur le ministre Richard Miller vient de nous préciser qu'il allait organiser cette table ronde ce prochain mois d'avril. Dont acte.

Je terminerai donc ici les remarques que je voulais émettre au nom de la Ligue des Familles. Sans doute n'ai-je pas tout explicité de la manière la plus complète ? Je vous prie de bien vouloir m'en excuser et je pourrai y revenir dans les questions que vous voudrez bien me poser.

Jacques SEPULCHRE,
Secrétaire général.