

TÉLÉVISIONS ALTERNATIVES : POUR UN AUTRE REGARD SUR LA RÉALITÉ



analyse

Décembre 2007

Marie Spaey,

chargée de missions SAW-B

Les médias, et plus particulièrement la télévision, correspondent à une réalité largement répandue, qui recouvre des enjeux à la fois économiques, sociétaux et culturels. Une réalité incontournable, tout d'abord. En effet, selon une étude réalisée dans 20 pays européens⁽¹⁾ en 2005, sur le Vieux continent, neuf foyers sur dix possèdent au moins un poste de télévision. De plus, les nouvelles technologies ne font qu'accroître la consommation d'audiovisuel. Alors que la télévision par satellite influence le paysage des médias depuis le début du second millénaire, la télévision sur GSM commence doucement à faire son apparition en Belgique. On prévoit le développement de contenus spécifiques (des mini-séries de quelques minutes) et des spots publicitaires adaptés à ce nouveau support. L'enjeu n'est pas des moindres lorsqu'on sait que, dans le pays, environ huit personnes sur dix possèdent un téléphone mobile.

Avec le développement de la télévision commerciale, le secteur audiovisuel connaît, depuis une décennie, une tendance à la concentration, due à une volonté de rationaliser la production. On peut dire qu'il y aurait un glissement d'un pluralisme de type idéologique à un pluralisme de type commercial (segmentation des marchés, diversification des productions). La concentration aurait eu pour effet de rendre les médias plus indépendants par rapport aux groupes de pression idéologique ou politiques⁽²⁾. Mais quelles sont les conséquences de cette rationalisation économique sur la qualité des programmes ?

Pour répondre à cette question de façon un peu caricaturale, on pourrait reprendre le discours du patron de TF1 (Patrick Le Lay), tenu en 2004 et devenu presque célèbre depuis : « *Il faut que le cerveau du téléspectateur soit disponible. Nos émissions ont pour vocation (...), de le divertir, de le détendre pour le préparer entre deux messages (NDLR : publicitaires). A la base, le métier de TF1, c'est d'aider Coca-Cola, par exemple, à vendre son produit⁽³⁾* ». La privatisation croissante des chaînes entraîne une course généralisée à la conquête des publicitaires. En conséquence, les risques en matière de programmation sont réduits au maximum (on va dans le sens du plus facile pour s'assurer l'audience maximale, en se basant notamment dans les sondages sur les désirs des plus « accros »). En outre, la « pression sur les moyens (humains et financiers) » entraînerait également une dégradation des conditions de travail des professionnels et donc de la qualité de leurs prestations.

Des études montrent plusieurs tendances : une offre de plus en plus importante de chaînes, notamment avec l'apparition des chaînes « thématiques » ; un appauvrissement et une certaine uniformisation au niveau des contenus (de nombreuses chaînes privées offrant essentiellement des divertissements de bas de gamme, des séquences « people » et des émissions à sensation) ; une diminution de la quantité d'informations relayées (même les journaux télévisés réduiraient la quantité d'informations transmises au profit des faits divers et de l'anecdotique) ; un recours important aux stéréotypes, dans le but de faciliter la communication⁽⁴⁾ (certains auteurs soutiennent en outre que, paradoxalement, la globalisation des médias aurait pour effet de contribuer au développement d'une vision stéréotypée du monde et de l'altérité) ; la concentration de l'audience nationale – en Europe – sur un nombre limité de chaînes⁽⁵⁾ et cela malgré le nombre croissant de chaînes disponibles⁽⁶⁾.

Au niveau de la télévision publique, on note une volonté de gagner une certaine indépendance par rapport au pouvoir en place. Cependant, comme l'atteste la composition de leur Conseil d'Administration, en toute logique, les télévisions publiques restent sous tutelle des pouvoirs qui les financent. Progressivement aussi, c'est du moins le cas en Belgique, elles emboîtent le pas sur celui des télévisions commerciales en matière de diffusion de publicités.

C'est pour lutter contre la main mise du pouvoir économique ou politique sur les médias, pour s'affranchir des annonceurs publicitaires et de l'audimat, qu'émergent certaines « alternatives », en Belgique, en France et encore ailleurs. Cette analyse propose de rendre compte de l'une ou l'autre d'entre-elles et de les mettre en perspective pour essayer d'en dégager certains enseignements. Nous nous attacherons en particulier à décrire l'initiative « Télévision du monde » qui se développe actuellement en Belgique.

Des alternatives

Télévision du Monde (Belgique)

La « Télévision du Monde » est vue par ses concepteurs comme un médium qui peut devenir la « voix de tout ceux qui portent le rêve d'un autre monde ». L'objectif du projet est de proposer une télévision « alternative et originale », qui travaillerait sur 3 axes : diffuser une autre information, faire le relais avec le monde de l'éducation, valoriser les initiatives porteuses d'alternatives (citoyennes, associatives ou étatiques). Le but ultime est de soutenir et promouvoir une prise de conscience différente et plus juste des enjeux qui sous-tendent le monde d'aujourd'hui, ainsi qu'un regard plus positif sur l'actualité. Cela, en donnant la parole et l'image à « toute initiative citoyenne, individuelle ou collective, tendant à mieux garantir le respect des droits de l'homme, des conditions du développement durable équitablement réparties, de la solidarité, de la justice et de la paix »⁽⁷⁾.

Par exemple, on y envisage la possibilité d'aborder un sujet de façon multidisciplinaire, en partant d'un thème et en le lisant sous un angle psychologique, philosophique, sociologique. Il s'agirait également de faire parler des personnes d'origine différente et de commenter leur discours pour mettre en relief les différentes perceptions qu'elles peuvent avoir d'un même fait. L'idée étant de rendre compte de la complexité des situations, de faire accéder à un autre niveau de connaissance, de permettre aux gens de relier des réalités qu'ils cloisonnent à priori. Les responsables du projet envisagent également de mettre en rapport des émissions de qualité qui existent déjà. Faire place aussi aux sujets importants oubliés des médias.

Les activités qui permettront à l'asbl de remplir ses missions sont les suivantes :

- *Information* : diffusion d'informations dans le cadre d'un magazine ou d'un journal télévisé et sur Internet.
- *Education* : production, coproduction et diffusion de programmes ; archivage de ses programmes au profit de réseaux de formation et de télévisions poursuivant les mêmes objectifs.
- *Promotion d'initiatives alternatives* : production, coproduction et diffusion de programmes destinées à les valoriser ; organisation d'une manifestation annuelle pour la reconnaissance d'œuvres audiovisuelles de qualité portant sur ces alternatives.

Les programmes de télévision du monde seront diffusés sur le territoire de la Communauté française de Belgique. Les premières diffusions auront lieu dans le courant de l'année 2008. Une présence sur le Web est prévue en complément de la diffusion télévisée.

Concrètement, l'initiative du projet revient à Paul Wattecamp, réalisateur. L'assemblée générale fondatrice de l'asbl « Télévision du Monde » se tiendra fin janvier 2008 en présence de la vingtaine de membres identifiés à ce stade. Le CA de l'asbl sera composé de responsables du monde associatif, de professionnels de la communication, des médias, de la formation et de l'éducation. S'y adjoindront également des représentants politiques, en tant qu'observateurs.

En effet, pour les responsables de l'association, « le politique, c'est aussi de l'associatif ». Etant donné la place centrale de l'associatif dans le projet, il est important de leur donner voix au chapitre. Dans le cadre du CA, ils participeront aux débats mais ne voteront pas, du moins dans un premier temps. L'idée est de dépasser la tendance actuelle qui consiste à concevoir la citoyenneté en conflit avec le monde politique⁽⁸⁾.

Grâce à une première donation importante, une personne peut se consacrer – depuis mi-novembre 2007 – à la gestion administrative et à la mise en place du projet d'un point de vue juridique afin d'en poser les premiers jalons pour obtenir les soutiens nécessaires.

Le projet se veut participatif dans sa conception et son fonctionnement. L'un des moments forts de sa préparation était le forum organisé le 3 mars 2007, qui a permis de rassembler plus de deux cents personnes : citoyens, professionnels du secteur de la communication et de l'audiovisuel, représentants du monde associatif. La rencontre avait pour objectif d'identifier les partenaires prêts à s'investir dans le projet. Plus de 400 personnes se sont montrées intéressées et en suivent l'évolution. Pour construire collectivement le contenu d'émissions et réfléchir au fonctionnement du projet, des groupes de travail se réunissent à intervalles réguliers.

Au niveau de la responsabilité éditoriale, il est prévu que les émissions soient conçues par un groupe tripartite qui se composera de :

- Un journaliste (chargé de la qualité éditoriale du contenu);
- Une personne issue du monde de l'éducation (garant de la pertinence du sujet proposé par rapport aux enjeux du 21^e siècle);
- Un représentant du monde associatif (responsable d'illustrer le thème par les pratiques de terrain).

Les sujets seront proposés par l'équipe journaliste-éducateur, qui ira ensuite chercher le responsable du monde associatif participant à la production de l'émission. L'identité des personnes qui composeront ce groupe changera en fonction des sujets spécifiques traités. Un comité de programmation est également prévu et aura pour rôle de donner des orientations générales à la programmation sur base d'une consultation du monde associatif et des citoyens. L'approche se veut participative. Il n'y a pas d'organigramme à proprement parler à ce stade.

Au niveau des moyens qui seront mis en œuvre pour la production d'émissions, plusieurs pistes sont envisagées :

- Solliciter une aide extérieure, sous forme de dons d'organisations, d'institutions, de fondations ou de citoyens qui décident d'investir librement dans le projet – et/ou sous forme de bénévolat ; les associations en particulier seront sollicitées pour participer à la conception des émissions et mettre à disposition les moyens dont elles disposent.
- Bénéficier des revenus « classiques » des télévisions (ouverture d'écran, publicité). En ce qui concerne la publicité, il reviendra au CA de définir les critères permettant de sélectionner les publicités à diffuser via Télévision du Monde. Par contre, une télé-redevance ne pourra pas être perçue dans le cadre du projet car il ne rentre pas dans les catégories de télévisions prévues dans le décret de la Communauté française (selon le décret, les télévisions qui peuvent bénéficier de la télé-redevance sont la RTBF et les télévisions locales) ;
- Fédérer les ressources existantes : bénéficier des capacités de production du monde associatif qui en dispose (ex. : MSF, Greenpeace Belgique, etc.), échanger des programmes avec d'autres pays.

La fréquence des émissions proposées dans le cadre du projet à ce stade (2 magazines hebdomadaires – 26 et 2 x13 minutes – et une émission mensuelle – 60 à 90 minutes) l'est à titre théorique. In fine, elle dépendra du temps d'antenne offert par les partenaires possibles (autres chaînes). La négociation du temps d'antenne avec des partenaires potentiels reste à faire. Les émissions devront être annoncées (par des moyens encore à définir).

La Télélibre (France) :

L'idée à l'origine de ce projet part d'un malaise ressenti par des gens du secteur des médias (journalistes, monteurs, caméramen, etc.) face à l'« appauvrissement des programmations » et au « formatage » croissant des magazines, documentaires, reportages, – la difficulté de diffuser des informations plus critiques, voire personnelles – la main mise du pouvoir politique et économique sur les médias.

La Télélibre est un réseau français qui regroupe des journalistes, professionnels de l'audiovisuel, amateurs, etc. Plus de 150 personnes travaillent actuellement bénévolement pour soutenir ce projet d'écriture « décalée », de questionnement et de nouveau regard. L'objectif est de créer un « *nouveau média, qui soit libre, indépendant de tous pouvoirs, dans un esprit citoyen (...) avec l'ambition de ce que devrait être tout média, c'est à dire un contre-pouvoir aux puissances économiques et aux institutions politiques en place* »⁽⁹⁾. Outre les contributions des bénévoles, des moyens matériels sont offerts au projet par des entreprises telles qu'Atlantis, Vpod, On Y Va !.

Les responsables du projet ont créé l'association « Les Amis de LaTélélibre » qui a pour fonction le soutien de l'initiative et la contribution à son développement. Elle rassemble de plus en plus d'adhérents. Elle permet de recueillir des dons et peut-être un jour des subventions.

Au niveau du statut du projet, les porteurs de La Télélibre envisagent de constituer une société qui serait gérée par les partenaires impliqués actuellement dans le projet (le comité de rédaction, les Amis de la Télélibre, les sociétés qui sponsorisent le projet). Le principe de minorité de blocage confié à la rédaction y serait appliqué, et cela dans le but de garantir la liberté éditoriale et l'indépendance par rapport aux pouvoirs politiques, économiques ou intellectuels (principe qui serait d'application chez Le Monde ou Libération)⁽¹⁰⁾. Il est prévu, de rémunérer les intervenants dès le jour où les finances le permettront.

Tout comme Télévision du Monde, La Télélibre est un projet soutenu par des personnalités du monde de la culture ou de l'audio-visuel et rencontre un nombre assez important d'adhérents.

Mises en perspectives

Les deux initiatives mentionnées ci-dessus sont récentes et enthousiasmantes, comme en atteste le large soutien dont elles bénéficient. S'il est bien trop tôt que pour en faire un bilan (surtout dans le cas de Télévision du Monde), on peut déjà émettre certaines réflexions ou remarques à leur égard.

Tout d'abord, au niveau de leurs objectifs, on ne peut que souligner la pertinence du propos. Aller à contre courant, permettre au téléspectateur de prendre du recul, mettre en avant les initiatives porteuses d'espoir semblent en effet être des moyens puissants de contribuer à plus de citoyenneté. La perspective de Télévision du Monde à l'égard du monde politique est également intéressante : ne pas l'exclure car il est aussi porteur d'alternatives, mais rester libre par rapport au pouvoir dominant.

Du point de vue plus organisationnel, il faut souligner que ces deux initiatives reposent sur un processus participatif important, dont on ne peut d'ailleurs que souligner la pertinence par rapport à leurs objectifs. Elles font appel à de nombreuses personnes à deux niveaux : la mise à disposition de moyens humains et matériels ; une implication sur une série de décisions relatives à la conception des programmes.

Organiser et maintenir ce processus participatif dans le temps demande de mettre en place un schéma organisationnel accepté par les personnes impliquées et des mécanismes de coordination. C'est une des conditions du maintien de l'enthousiasme et de l'implication dans la durée.

Par exemple, dans le cas du projet « Télévision du Monde », plusieurs types d'intervenants ont un rôle à jouer : le CA, les groupes de travail, le groupe « tripartite » qui conçoit chaque émission, le comité de programmation, etc. Il semble qu'il est primordial de préciser le rôle de chacun et de l'articuler dans un ensemble, au moyen d'un organigramme par exemple. Assurer une transparence à ce niveau est aussi une bonne façon de ne pas décevoir. La question de la responsabilité éditoriale illustre bien la nécessité de définir clairement les rôles et le processus, surtout dans le cadre de la production d'émissions sur les thèmes aux contours parfois mal définis (tels que les enjeux du 21^e siècle, solidarité, justice, paix)..

La réussite de la mise en œuvre du projet « Télévision du Monde » dépendra aussi de la capacité à créer des alliances et des complémentarités : avec les responsables d'autres chaînes, pour obtenir du temps d'antenne ; avec le monde associatif qui a ses propres capacités de production et de diffusion de l'information (on pense notamment aux nombreuses « Newsletters » qui existent dans le secteur de l'économie sociale, de l'environnement, etc. ; avec différents acteurs pour faire la publicité du médium.

Enfin, une dernière remarque qui n'est pas des moindres : dans les deux cas – pour Télévision du Monde et La TéléLibre – la question des moyens reste en chantier. Comment s'assurer de l'implication et de la qualité du travail des bénévoles dans la durée ? Comment garder une indépendance face aux généreux donateurs ? Comme l'écrivent les responsables de la TéléLibre sur leur site Internet, « *toute en générosité, n'aura qu'un temps, et il nous faut trouver un vrai modèle économique qui puisse, à terme, assurer la pérennité [du projet], tout en préservant intrinsèquement sa liberté et son indépendance* ». Plusieurs pistes ont d'ailleurs déjà été envisagées à cet égard, comme indiqué ci-dessus. Comment mettre en œuvre une publicité sélective ? En outre, à défaut de télé-redevance, ne faut-il pas mettre en place un système de « membership » payant, par lequel le citoyen qui regarde ce type de télévision soutient le projet, dans une logique similaire à celle qui sous-tend le commerce équitable (payer le prix pour une alternative plus juste) ?

Affaire à suivre....

En savoir plus :

www.televisiondumonde.be

www.latelelibre.be

(1) Etude de l'Open Society Institute (OSI), citée dans un article du Nouvel Observateur le 10/11/2005.

(2) Intervention de Jean-Jacques Jespers (ULB) au débat sur les Médias, organisé le 10 mai 2005 au Sénat, à l'occasion des 175 ans de la Belgique (cfr www.senat.be/event/citizenship/05-05-10-media/fr/summary.html).

(3) Propos repris par Michel Berhin dans son article : « *Télévision du monde : un rêve à naître, bientôt* », Le cahier des médias Zoom n°41.

(4) Intervention de Marc Hooghe (Université de Gand et KUL) au débat sur les Médias, organisé le 10 mai 2005 au Sénat, à l'occasion des 175 ans de la Belgique (www.senat.be/event/citizenship/05-05-10-media/fr/summary.html).

(5) Selon l'étude de l'OSI.

(6) Selon Michel Berhin, en Belgique, un des pays les plus « cablés » au monde, le public aurait accès à une centaine de chaînes tous types confondus, payantes ou non, thématiques et généralistes (voir « *Télévision du monde : un rêve à naître, bientôt* », dans Le cahier des médias Zoom n°41).

(7) Télévision du monde - Texte fondateur (cfr www.televisiondumonde.be/pdf/TexteFondateur.pdf)

(8) Source : interview de Paul Wattecamps, Télévision du Monde (décembre 2007).

(9) Source : www.latelelibre.fr.

(10) ibidem.