

2€

espace de
libertés



espace de

libertés

MAGAZINE DU CENTRE D'ACTION LAÏQUE | JUIN 2012 | N°409

**Wesphael:
l'autre ligne
laïque**

LA PRESSE sous stress

Mille nouveaux
PASSEURS DE MÉMOIRE



ÉDITORIAL

3 La i Cité, anticipons — Pierre Galand

DOSSIER

5 Médias sous influence : oui mais laquelle ? — Regards croisés de Jean-Jacques Deleuw et Jean-Pierre Jacqmin

7 Nombres et information : un couple en crise — Jean-Jacques Jespers

9 Publicité et médias d'information : quelle influence ? — Jacques François

11 Il est libre, le médias ? — Frédéric Vandecastree

12 Politiques et journalistes : relations douces-amères — Table ronde avec Alain Raviart, Michel Henrion et Daniel Soudant

14 Sierre : les médias belges en ont-ils fait trop ? — Aurore Peignois

16 La déontologie comme outil de résistance — André Linard

17 Quel avenir pour le journalisme d'investigation ? — Un entretien avec Jean-Pierre Jacqmin et Pascale Bourgaux

19 Les pure players : de nouveaux acteurs économiques ? — Juliette De Maeyer et Vinciane Colson

21 Soutenir un journalisme équitable, pour une info de qualité — Martine Simonis

22 Blogs persos : journalistes schizos ? — Frédéric Vandecastree

23 Critique des médias ou critique de nous-mêmes ? — Yves Kengen

ENTRETIENS

24 L'autre ligne laïque — L'entretien de Jean Sloover avec Bernard Wesphael

MONDE

26 François Hollande : les obligations du vote populaire — Hugues Le Paige

EUROPE

28 Et si Benoit XVI était de trop ? — Pascal Martin

30 BRÈVES

SOCIÉTÉ

31 Mille nouveaux passeurs de mémoire — Jean Bernard

32 Et si l'on parlait d'islam ? — Pierre Schonbrodt

PASSEUR DE LIVRES

33 Éloge du polar — Jean Cornil

CULTURE

34 Dour, au-delà de la « dernière sortie avant la France » — Didier Stiers



7



25



26



31

Éditeur responsable : Éliane Deproost

Rédaction, administration et publicité

Rédacteur en chef : Yves Kengen - Secrétaire de rédaction : Amélie Dogot

Production, administration et publicité : Fabienne Sieggynne

Documentation : Anne Cugnon - Maquette : Grab it - Impression : Klemo

Fondateur : Jean Schouters

ISSN 0775-2768

Membre de l'Association des Revues Scientifiques et Culturelles (ARSC)

Avec l'appui de l'Administration générale de la Recherche scientifique - Service général du pilotage du système éducatif - Ministère de la Fédération Wallonie-Bruxelles.

Conformément à la loi du 8 décembre 1992 en matière de protection de la vie privée, le Centre d'Action Laïque est maître du fichier d'adresses qu'il utilise. Vous pouvez obtenir auprès du CAL vos données personnelles et les faire rectifier.

En couverture : © AFP/Jupiterimages.

est édité par le Centre d'Action Laïque, asbl, et ses Régionales, asbl, à Bruxelles, Liège, Luxembourg, Namur et Picardie.



Abonnement:

11 numéros

Belgique 20€, Étranger 32€

par virement au compte du CAL :

IBAN : BE 16 2100 0247 9974

BIC : CEBRDEF3

N°A : BE 01 437 110 049

Centre d'Action Laïque, asbl, CP 226,

Campus de la Paix, 1350 Bruxelles,

Tél. 02 227 08 49 - Fax 02 227 08 01

E-mail : espace@cal.be

Le magazine Espace de Libertés est

disponible dans quelques unes des

bonnes librairies de la Fédération

Wallonie-Bruxelles. Cette liste est

disponible sur notre site www.laicle.be

La i Cité, anticipons

Pierre Galand

Président du Centre d'Action Laïque

La conscience d'un destin commun cela se construit, cela se vit par tout un chacun. Il s'agit d'une tout autre manière de se situer dans l'espace monde, celle de l'acceptation d'une communauté humaine de sept milliards d'individus égaux en droit au bonheur et au bien-être.

Cette égalité doit se réaliser en tenant compte de la nécessité de partager et de coexister dans le respect des autres et de la nature dont nous ne sommes qu'une partie. Ma liberté, à l'identique de celle des autres, est circonscrite par les aspirations et les obligations découlant de ce nouveau vivre ensemble planétaire. Ma liberté devient alors celle d'exercer des choix et de le faire de manière coresponsable.

Pierre Calame écrit dans *Sauvons la démocratie ! Lettre ouverte aux femmes et hommes politiques de demain* : « Et pourtant chacun sait bien que les réglementations actuelles ne sont pas à l'échelle des besoins, qu'il s'agisse de l'énergie, du climat, de la biodiversité, du développement social ou de la santé. Le seul moyen de sortir de cette impasse est de contribuer à construire une communauté mondiale, la conscience d'un destin commun. Il faut que notre État, que notre corps politique, accepte les nouvelles limites que lui assigne l'histoire... »

Quelle est la place de la laïcité dans ces circonstances ? Sera-t-elle capable de sortir du cadre historique ancien ? Les Lumières, dont nous sommes les héritiers, ont conçu un monde en devenir et ont tenté d'y insuffler l'universalisme des valeurs républicaines.

La question à nous poser : pourquoi n'avons-nous pas été en mesure de traduire cet universalisme dans un projet accessible à toutes et tous ? Parce que de la pensée aux actes, il y a le fossé des intérêts particuliers, nationaux, occidentaux...

Dire que ce sera toujours ainsi est tout simplement irresponsable car nous sommes arrivés au seuil des impossibles, à la menace de notre propre anéantissement.

Alors, comment la laïcité contribue-t-elle à relever le défi ? Le mouvement laïque et les mouvements initiés par la laïcité avec le plus grand nombre de citoyens ont œuvré à la création et au développement du « bien commun ».

La création, la promotion et la défense de l'enseignement public pour tous, l'éducation populaire source d'émancipation, l'égalité du genre, le respect du choix garanti à toutes les femmes de poursuivre ou non une grossesse, le choix de sa fin de vie, etc., sont des contributions au bien commun, à la défense de la démocratie et à la mobilisation contre toutes les formes de tyrannie. Ces contributions ont anobi la conception même de la laïcité.

L'engagement pour la solidarité à l'égard des personnes marginalisées ou en situation de précarité participe de notre action dans la cité puisque nous défendons l'égalité des humains.

Pourquoi ne serions-nous pas, aujourd'hui, en mesure d'élargir notre champ de réflexion et d'action aux exigences nouvelles du vivre, voire du survivre ensemble ?

Certes, notre monde est complexe et il faut nécessairement comprendre cette complexité à partir du vécu des gens et des réalités multiples qu'ils doivent affronter. Comme pour les pyramides, les sous-bassements et la base ont plus d'importance que le sommet et celui-ci n'explique en rien l'édifice, il l'achève.

Je souhaiterais que notre rencontre du 22 septembre soit une occasion de nous interroger sur l'impli-cation de la laïcité dans la construction de notre destin commun à l'aube de ce XXI^e siècle.

1 Paris, Charles Léopold Mayer, 2012, 128 p.

Regards croisés de Jean-Jacques Deleeuw et Jean-Pierre Jacqmin

Médias sous influence : oui, mais laquelle ?

Propos recueillis par Yves Kengen
Rédacteur en chef

Les entreprises de médias sont-elles des sociétés commerciales comme les autres ? Dès lors qu'il compte sur les médias pour s'informer et construire sa propre opinion, le public est en droit de se poser cette question. *Espace de Libertés* a demandé à Jean-Jacques Deleeuw (directeur des nouveaux médias - RTL) et à Jean-Pierre Jacqmin (directeur de l'information - RTBF) de nous baliser le chemin à travers les influences diverses qui traversent nos médias.

Jean-Jacques Deleeuw : le défi de la résistance

Espace de Libertés : Les médias sont-ils sous influence ?

Jean-Jacques Deleeuw : C'est peut-être un peu provocateur, mais la réponse est oui. Les médias sont sous de multiples influences. Soit purement commerciales, soit capitalistiques, soit politiques, soit concurrentielles. Sans oublier l'orgueil du journaliste, cette recherche de la gratification qu'il y a à annoncer une nouvelle en premier.

Si je vous entendais bien, la notion de médias libres serait une utopie ?

Ce n'est pas parce qu'on est sous influence qu'on ne peut pas y résister et c'est la deuxième partie de ce que je voulais dire. C'est évidemment le travail du journaliste, du média et du responsable du média de faire en sorte de donner les clés pour pouvoir résister à ces influences. Le défi d'aujourd'hui se situe dans cette capacité de résistance aux influences.

Ce qui fait finalement des médias des entreprises qui ne sont pas tout à fait comme les autres ? Qui n'obéissent pas aux mêmes critères de réussite peut-être...

Les médias, quatrième pouvoir, sont souvent montrés du doigt. Interface entre l'événement et le citoyen, la presse devrait constituer un rempart contre toutes les dérives de la démocratie. Pour cela, il importe qu'elle soit libre ; que les journalistes, ces Mercure des temps modernes, puissent divulguer sans entraves ce qu'ils savent, apprennent, entendent – dans le respect de la déontologie qui encadre, logiquement, leur profession. Mais qu'en est-il de cette liberté dans les faits ? Les organes de presse ne sont-ils pas soumis à des influences visant à manipuler l'information ? La rentabilité d'un média ne le contraint-elle pas à des « accommodements raisonnables » avec ses bailleurs de fonds ? L'émergence de canaux de diffusion par internet, en dehors de tout contrôle, est-elle un plus pour le public ou ajoute-t-elle à la cacophonie ambiante ? Le présent dossier tente de répondre à quelques-unes de ces questions. Pour alimenter le débat et, éventuellement, proposer des pistes à explorer. Sans œillères et sous le sceau du libre examen.

Yves Kengen
Rédacteur en chef



- Médias sous influence : oui mais laquelle ?
- Nombres et information : un couple en crise
- Publicité et médias d'information : quelle influence ?
- Il est libre, le média ?
- Politiques et journalistes : relations douces-amères
- Sierre : les médias belges en ont-ils fait trop ?
- La déontologie comme outil de résistance
- Quel avenir pour le journalisme d'investigation ?
- Les pure players : de nouveaux acteurs économiques ?
- Soutenir un journalisme équitable, pour une info de qualité
- Blogs persos : journalistes schizos ?
- Critique des médias ou critique de nous-mêmes ?

Ce sont des entreprises, de manière générale, qui ont des actionnaires, des dividendes, qui payent leur personnel et qui doivent avoir un *business model*. Parfois, ce *business model* n'est pas uniquement fait de revenus publicitaires ou d'abonnements ou de ventes de média à la pièce, cela peut être aussi une partie en subside. Je pense notamment au service public. Ce ne sont pas nécessairement des entreprises comme les autres, puisqu'elles délivrent un produit culturel et social.

C'est une sorte d'exception culturelle ?

On pourrait en partie l'assimiler à cela. Ceci étant, je crois que même une société qui délivre un produit commercial ne peut pas délivrer n'importe quel produit avec n'importe quelle qualité, parce qu'elle a un nom, un renom. Et de même un média qui tout d'un coup déciderait de faire des articles ou des reportages de moins bonne qualité ou n'étant pas dans son ADN serait mal perçu par son « consommateur ».

Donc en aucun cas la rentabilité ne peut primer sur la qualité du média ou sur la qualité du produit ?

Cela dépend du type de média qu'on veut faire. Un média où l'on a peu de moyens, où l'on compte sur le bénévolat des gens n'aura peut-être pas l'occasion de faire beaucoup d'investigations ou de commentaires parce que cela coûte cher. Il y a d'autres médias qui sont construits sur l'investigation. Je pense par exemple aux *pure players* du web, comme *Médiapart*, qui fonctionnent par abonnement, ce qui donne des moyens d'investigation.

Le *business model* a une vraie influence. On a vu que d'autres médias, qui étaient partis sur le même modèle, comme *Rue89*, ont été rachetés par des médias plus traditionnels. Donc là, on pense qu'il va y avoir un changement de nature du média dû à la conversion d'un *business model* qui ne marchait pas. Est-ce que cela a une influence sur la qualité et le travail journalistique ? Pas nécessairement. Mais parfois cela change la nature du média. Et ce qui est fort, c'est la richesse de cette diversité.

Voyez-vous encore une différence entre les médias de service public et les médias privés ?

Aujourd'hui, un média de service public compte une part de financement commercial, tout comme les médias privés. Donc déjà cela se ressemble un peu. Jadis, les médias pu- ➤

Nombres et information : un couple en crise

Jean-Jacques Jespers
École universitaire de journalisme de Bruxelles (ULB)

Les entreprises de média sont-elles des entreprises comme les autres ? Ou il s'agit de service public ou d'entreprise privée, ou s'agit-il d'une exception ?

Je pense clairement que l'information doit bénéficier de ce qu'on appelle « l'exception culturelle », ce qui signifie, pour les médias publics comme les médias privés, jouir d'un certain nombre d'avantages. La presse écrite privée accède à des tarifs postaux différents, des subsides, des aides à la presse, autant d'exceptions culturelles par rapport à des entreprises ou des industries classiques qui me paraissent absolument indispensables. Et pour vous répondre clairement, je suis vraiment, totalement, partisan de la pluralité des médias. C'est indispensable à la démocratie, comme l'existence de débats dans lesquels le citoyen bénéficie de l'ensemble des aspects de la pluralité de notre société.

Donc les patrons de presse sont des agents, des garants de la démocratie ?

Je dirais au moins les responsables de l'information. Je n'ai pas nécessairement dit les patrons de presse parce qu'un média ne couvre pas que le champ de l'information : il couvre aussi des champs publicitaires. Il y a d'autre chose que des pages d'information, mais je pense que oui, le nombre de médias doit absolument augmenter dans un monde comme le nôtre. Je trouve qu'internet nous apporte une bonne partie des réponses.

Selon vous, en Belgique, les rédactions des médias privés sont autonomes des responsables capitalistiques des entreprises ?

Pas totalement. Généralement je pense que, par rapport à ce qui peut se produire parfois, il y a une information respectueuse des règles. Dire qu'il n'y a aucune influence, je ne pense pas. Je vais vous donner un exemple tout simple : la RTBF est en conflit avec les éditeurs de presse pour l'information sur internet. Je n'ai pas trouvé que la couverture faite par la presse écrite était tout à fait pluraliste de ce dossier-là. Il n'y a pas d'autonomie totale.

Les médias privés sont-ils nécessairement orientés idéologiquement ?

Est-ce qu'un média privé, parce qu'il doit rendre des comptes et du bénéfice, est idéologiquement soumis ? Dans une société-démocratie telle que la nôtre, avec parfois plus ou moins de libéralisme, parfois plus ou moins d'état-providence, tout le monde peut s'y retrouver. Cela sera peut-être plus difficile avec une critique forte et verte du capitalisme dans des médias privés tenus actionnaires qui défendent le capital. Mais je pense que la nature de l'homme est suffisamment complexe pour savoir que parfois de grands leaders d'entreprises sont prêts à laisser la parole à une critique, même forte, et peuvent aussi penser que la liberté de la presse, de parole et de leurs journalistes est quelque chose de très important. Mais je ne pense pas que cela irait jusqu'à la critique appréciée d'une révolution marxiste par exemple. ■

blics sans publicité étaient beaucoup plus soumis à la pression de leur conseil d'administration politique. La situation actuelle leur donne une certaine liberté par rapport à cela. C'est pour cette raison qu'il est difficile de dire qu'un média public aura d'office tel genre d'attitude et qu'un média privé en aura tel autre.

Dans ces conditions, est-ce que les médias privés ont encore une utilité sociale ou, au contraire, quelle est l'utilité sociale des médias publics ?

C'est une bonne question, car on peut se dire qu'au fil des années, les deux phénomènes se sont un peu croisés, notamment en Belgique. On part d'un monopole très clair à la fin des années 70 où, en audiovisuel, rien n'existait en dehors de la RTB et de la BRT. C'est dans cette configuration que RTL se lance à l'époque dans « l'autre vérité », à la mort des années 80. Et c'est à ce moment-là aussi que les radios libres donnent un autre esprit, car le monopole n'était pas que sur l'information : il était aussi sur la musique et cette apparition de médias privés a créé une richesse. Aujourd'hui, il y a encore des différences par nature. Le service public répond à un contrat de gestion imposé par la Fédération Wallonie-Bruxelles. Il y a moins d'obligations du côté des privés, sinon qu'ils dépendent d'un régulateur, en tout cas en audiovisuel. La presse écrite a aussi des obligations. Petit à petit, effectivement, tout se rejoint. Mais il y a encore de légères différences.

Jean-Pierre Jacquin : Il n'y a pas d'autonomie totale

Les médias sont-ils sous influence ?

Jean-Pierre Jacquin : D'abord, je voudrais dire que les médias, et en particulier l'information à la RTBF, sont soumis à des règles déontologiques : sources recoupées, informations fiables, contradiction dans le débat, présentation des faits avec honnêteté et points de vue diversifiés. Et puis il y a les règles qui sont imposées à un média de service public, qui nous paraissent très utiles et qui sont les garantes d'une information pluraliste, dominant la parole à l'ensemble des protagonistes. Ces balises-là nous permettent de résister à un certain nombre d'influences. Cela dit, nul ne peut nier le fait que les médias subissent l'influence de leur temps, de la culture, du monde dans lequel ils vivent. Les journalistes peuvent être influencés par leurs convictions, et doivent évidemment s'en défendre à l'antenne. Dire que les informations internationales ne proviennent pas d'agences qui sont plus aux mains, par exemple, des Américains ou des Britanniques que celles du tiers-monde serait nier la vérité. Je pense que ce qui influence le plus les journalistes est relativement invisible, le bagage culturel par exemple. En tant que service public, nous sommes préservés de l'influence des industries, des entreprises ou de la publicité. La RTBF diffuse de la publicité, mais la ligne de fracture est très nette entre les émissions d'information et la Régie média [belge] [la RMB, fondée en 1985 par la RTBF et le Chénia publicitaire belge, NDLR].

Les journalistes, les médias en général, sont plutôt brouillés avec les nombres. Comme l'a démontré un colloque organisé à l'ULB le 9 septembre 2010 par l'Association internationale de statistique, les journalistes et médias confondent allègrement moyenne et médiane, ou point de pour cent et pourcentage. Ils ignorent souvent ce qu'est un écart-type et négligent de mentionner la marge d'erreur dans l'exposé des résultats d'un sondage.

Cette ignorance, ou cette négligence, n'est pas uniquement due à l'absence de familiarisation avec les arcanes de la statistique : elle procède d'une logique



Vitesse et immédiateté se font souvent au détriment de la précision.

Un champ immense s'ouvre au journalisme de demain. Il implique une responsabilité nouvelle pour les journalistes, les médias et les formateurs.

Chiffres-chocs

D'autre part, dès leur plus jeune âge, les futurs journalistes ou communicateurs, gavés de « tests » et d'« enquêtes » par tous les médias – notamment les médias de divertissement ou « lifestyle » –, acquièrent la conviction que tout phénomène social ou d'opinion peut aisément être quantifié et évalué : c'est ce que l'on pourrait appeler le « style Cosmopolitan », où les idées reçues sont validées sans la moindre vérification. Dans de nombreux projets de mémoires, les étudiants en information et communication se proposent dès lors de mettre en lumière « l'impact » de telle ou telle émission de télévision sur « l'opinion publique », ou « l'effet » de telle ou telle campagne de publicité sur « le comportement des jeunes consommateurs ». Dans le monde de la communication de marketing, ils y sont d'ailleurs poussés par une idéologie professionnelle qui, au mépris des lois de la statistique, considère tout échantillon, si minime soit-il, comme « représentatif ». En 2009, il a fallu que le Jury d'éthique publicitaire [JEP] brandisse son gros bâton pour que l'annonceur Bel Belgium renonce à proclamer que la « nouvelle recette de Maredsous » était « approuvée par 96 % des Belges » alors que l'avis de 121 personnes seulement avait été sollicité sur cette question... L'annonceur a dû arrêter la diffusion du spot. Mais des pseudopourcentages de ce type fleurissent encore au gré de maintes annonces. ▶

© AFP/Seigneur De Saubin

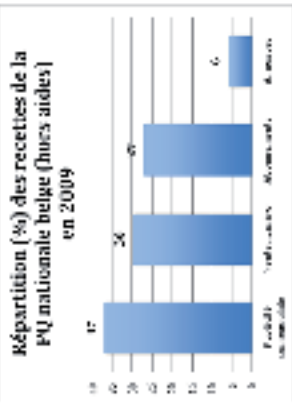
Publicité et médias d'information : quelle influence ?

Jacques François

Maître de conférences - ULB, UCL et FUNDP

Les recettes publicitaires constituent un enjeu financier de taille... Sont-elles pour autant le prélude à une possible influence ?

financement est substantielle et très difficilement substituable.



Le très exhaustif *État des lieux des médias d'information en Belgique francophone 2011* situe bien l'importance de l'enjeu économique qui sous-tend les relations entre médias et publicité. Les recettes de la presse quotidienne francophone issues de la publicité nationale et régionale (hors petites annonces) représentaient en 2009 près de 64 millions d'euros. Au total, les ressources provenant de la publicité représentaient cette année-là 40% des recettes de la presse quotidienne francophone belge. Alors qu'en comparaison, les aides directes à la presse n'intervenaient que pour 3% du total des recettes. Au niveau national, la publicité représentait, toujours en 2009, 37% des recettes de la presse quotidienne (hors aides directes et autres recettes)?

L'influence de la publicité sur les médias : à relativiser... pour l'instant !

Dans son ouvrage *Les médias sont-ils sous influence ?*, Patrick Eveno isole trois grands types d'influence sur les médias : politique, financière et publicitaire. À propos de cette dernière, il relève notamment que « le silence à l'égard des annonceurs demeure souvent la position adéquate dans la mesure où personne n'est fâché » et ne manque pas d'évoquer la désormais fameuse déclaration de Patrick Le Lay, PDG de TF1 : « Ce que nous vendons à Coca-cola, c'est du temps de cerveau humain disponible ». En définitive, il est d'avis que la publicité « n'est pas assez forte pour exercer une pression financière, puisque les annonceurs se bousculent pour afficher leur produit ».

Le partage largement cet avis en vertu de ma propre expérience : en 23 ans passés dans la publicité, je n'ai été confronté qu'une seule fois à la pression avérée d'un annonceur qui bannit tout investissement publicitaire dans un support mass media suite à la publication par ce dernier d'un article négatif sur un de ses produits...

En outre, certains médias d'information sont tout simplement incontournables comme véhicules publicitaires de par l'étendue et/ou la qualité de leur audience dont les publicitaires -agences ou annonceurs- ne voudraient à aucun titre courir le risque de se priver : c'est particulièrement vrai pour ce qui concerne des chaînes de télévision grand public à large ►

1 Frédéric Antoine et François Henderyckx, *État des lieux des médias d'information en Belgique francophone*, Parlement de la Communauté Française de Belgique, Wallonie-Bruxelles, 2011. Téléchargeable gratuitement sur <http://edms.dia.pcd.be>.

2 *Ibid.*, p. 17.

3 Patrick Eveno, *Les médias sont-ils sous influence ?*, Paris, Larousse, 2006, coll. « A dire vrai ».



Placement de produit dans une émission ou une série: la pub subliminale.

royaume, les évactions se faisaient de plus en plus rares depuis lors : 26 en 1998, 19 en 1999, 13 en 2003, 17 en 2005 et 5 pour les six premiers mois de 2006. Pour une population carcérale de près de 10 000 détenus...

Magie des statistiques

Dernier exemple : en 1999, un quotidien français relevait qu'il y avait 30% d'étrangers parmi les détenus des prisons françaises alors que 7% seulement de la population de la France était d'origine étrangère. Mais le quotidien omettait de préciser que 9 détenus étrangers sur 10 étaient en détention préventive pour immigration irrégulière et que, si l'on omettait cette catégorie, les étrangers ne représentaient que 13% de la population carcérale. De plus, parmi ces derniers, l'incarcération relevait principalement de deux délits liés à leur statut d'illicéux : trafics internationaux et petits délits causés par la pauvreté (vol à l'étalage, etc.).

C'est pour ces raisons que, dans les cursus de formation au journalisme et à la communication, on inclut désormais des notions de statistique et de méthodologie. À l'ULB, par exemple, la professeure Catherine Vermande dispense aux étudiants de 3^e année de bachelier en information et communication un cours de statistique appliquée aux sciences sociales. Elle y met l'accent sur les différents messages des nombres, notamment des résultats de sondages, dans les médias, et elle tente d'inclure à ses étudiants une méthode de traitement des données quantitatives. En 1^{re} année de master, un cours et des exercices de méthodologie de la recherche reviennent sur cette dimension, mettant en garde les étudiants quant aux risques d'erreurs dans les appréciations quantitatives. La plupart des écoles de journalisme et de communication prennent ce même type de précaution. De plus, avec le développement du *data mining* (recherche de données sur internet), une initiation au « journalisme de données » doit désormais faire partie de toutes les formations en journalisme : comment comprendre les données quantitatives, comment les vérifier, comment les valider. Et surtout, comment les représenter visuellement avec efficacité. Qui peut affirmer, en effet, que la disposition d'un diagramme en « bâtons » verticaux de hauteurs inégales est bien comprise par les lecteurs ou téléspectateurs comme une représentation de la « distribution à une dimension de valeurs observées d'une variable quantitative » ? Le journaliste ou l'infographiste est-il capable de faire la différence entre une variable ordinale (située dans une échelle de mesures croissantes ou décroissantes) et une variable nominale (à laquelle ne peut s'appliquer aucun classement hiérarchique) ? Un champ immense s'ouvre au journalisme de demain. Il implique une responsabilité nouvelle pour les journalistes, les médias et les formateurs. ■

Cette mise en exergue de « chiffres-chocs » a déteint de la publicité sur la presse, et de la presse de diversification sur la presse d'information. On le sait, médias spécialisés et médias d'émotion subissent moins la crise actuelle du lectorat que la presse d'information. Ainsi, l'audience de *Ciné Télé Revue* atteint près de cinq fois celle du plus populaire des quotidiens. Il est compréhensible, dès lors, que les responsables éditoriaux de l'ensemble des médias lorgnent sur les recettes qui semblent garantir le succès commercial. Parmi ces recettes, l'émphase, l'exagération, la généralisation abusive font florès, soi-disant parce que « le public est peu sensible aux nuances »...

La déontologie n'y trouve pas toujours son compte. Ainsi, en 2006, après le viol et le meurtre de deux fillettes à Liège, un grand quotidien titrait en manchette : « Le pédophile, un récidiviste en puissance ». L'article se basait sur une étude des universités de Mons et de Mon-



Que vient faire Dmitry Medvedev dans cette école de journalisme ? Expliquer comment ne pas rejoindre les quelque 300 collègues assassinés en Russie depuis 1998 ?

tréal. Or, que nous révélait cette étude ? Après 5 ans, le taux de récidive chez les criminels sexuels est de 12,7% et il monte à 27% après 20 ans. Mais l'enquête révélait aussi que les agresseurs sexuels récidivent moins que les délinquants n'ayant pas commis d'acte à dimension sexuelle. Le titre en manchette aurait donc aussi bien pu être le suivant : « Trois pédophiles sur dix récidivent dans les 20 ans : c'est moins que les autres agresseurs ». La nuance saute aux yeux. Le lecteur était-il incapable de la comprendre ?

Autre exemple : en août 2006, 28 détenus réussissent à s'évader, ensemble, de la prison de Termonde. Certains médias titrent : « Nos prisons sont des passoirs ». Quelques jours plus tard, des journalistes consciencieux retrouvent les chiffres officiels, publiés quelques mois plus tôt par le SPF Justice. On constate ainsi que, s'il y avait eu 105 évadés en 1995 pour toutes les prisons du

Il est libre, le média ?

Frédéric Vandecastelle

Journaliste

économique est donc un rien moins ténue. Même si elle existe évidemment. Et que le propriétaire d'un média, quel qu'il soit, reste toujours tenté d'influer sur la ligne éditoriale. »

Faire des ménages ?

Mais la meilleure solution contre l'intrusion d'un propriétaire unique, et potentiellement despote, n'est-elle pas de multiplier le nombre de proprié-

C'est la solution choisie par l'hebdomadaire français satirique *Le Canard Enchaîné*. « Notre journal, n'appartient qu'à des gens qui y travaillent et à ses fondateurs. C'est-à-dire à beaucoup de gens, mais à aucune puissance financière en même temps. Et je vais vous le démontrer en parlant de physique », soutient Louis-Marie Horeau, rédacteur en chef du *Canard*. « Pour exercer une pression, il faut un point d'appui. Dans notre cas, ce point d'appui serait la publicité ou une quelconque dépendance économique. Mais comme elles sont inexistantes l'une et l'autre, il n'y a donc pas de point d'appui. Donc pas de pression non plus. »



Il existe une presse libre, n'en déplaise à ses détracteurs.

En outre, pour garantir un contenu le plus indépendant possible, les salariés de la publication figurent parmi les mieux payés de toute la presse française, ce qui évite peut-être les tentations de « faire des ménages par ailleurs ». Et ne peuvent jouer en bourse, collaborer avec d'autres supports, ni accepter de gratifications genre récompenses officielles. Ces garanties sont-elles efficaces ? Certainement ! S'avèrent-elles suffisantes ? Peut-être pas. Car l'histoire du vocalite fut traversée par quelques turbulences, certains lui reprochant de n'avoir pas été très flegme envers celui qu'il avait lui-même baptisé « l'entonnoir ». Et que c'est un fidèle de Mitterrand, Roland Dumas, qui fut l'avocat de la publication durant des années. Dégât collatéral : certains ont donc accusé le journal (la tort, semble-t-il) d'avoir minimisé l'affaire Elf (impliquant le même Roland Dumas). En résumé, si per-sonne n'a la vraie « blancheur persil », les plus libres sont en général (les plus clairs) ■

Quatrième pouvoir convoité à des degrés divers par les trois autres, et souvent soumis à une pression financière de moins en moins supportable, les médias peuvent-ils décemment revendiquer l'indépendance ?

Sorte de fantasme ancestral, la notion de média « libre » remonte à bien plus longtemps que l'invention de l'imprimerie. Puisque les « crieurs » chargés de répandre « la bonne nouvelle » au Moyen-Âge étaient déjà télégués par les seigneurs locaux. Ensuite, dès sa sortie du cerveau fertile de Gutenberg, l'imprimerie devint évidemment l'objet d'une lutte économique pour sa possession. Puisque celui à qui appartenait la machine décidait aussi du contenu qu'elle couchait sur papier. Des siècles plus tard, rien n'a vraiment changé. Car la tentative de contrôle de la diffusion de l'information demeure l'un des objectifs, clairement avoué ou pas, de tout pouvoir. Qu'il soit politique ou, de plus en plus, économique.

Chantage à l'emploi

C'est ce que confirme Evelyne Lentzen, professeur de sociologie des médias à l'HEC. « Quand on songe aux atteintes à l'indépendance de l'information, on pense souvent d'abord aux liens trop proches entre politiques et journalistes. Mais la pression économique est devenue énorme, elle aussi. En France, par exemple, il n'est pas rare qu'un rédacteur en chef, sur ordre de sa hiérarchie, exige qu'un journaliste rédige un article favorable à un potentiel nouvel annonceur. En donnant ses "consignes" sous la forme d'un véritable chantage à l'emploi. » Chez nous, si la pression commerciale existe, elle demeure généralement moins brutale. Car notre marché reste très atypique. « La publicité diffusée sur TF1 et France Télévision touche des gens ici. Mais cette audience belge n'est pas vendue aux annonceurs français. Donc ils n'exercent aucune pression ici », explique-t-elle. « Quant à la RTBF, elle est limitée par un plafond de matière de publicité. Résultat : RTL, qui ne dépend, elle, que de la pub, se retrouve dans une situation biface très atypique. D'un côté, la chaîne a sans doute intérêt à carresser ses annonceurs dans le sens du poil car ils constituent son seul revenu. Mais de l'autre côté, la chaîne luxembourgeoise reste incontournable pour une marque qui veut lancer son produit au sud du pays. Et ce, même si un JT a par exemple pu parler de ce produit en termes négatifs. Et puis, dernière nuance : aucun groupe industriel ne possède un média en Belgique comme Bouygues qui, en France, a racheté TF1. Bruxelles-Lambert, qui était une banque, n'est plus actionnaire de RTL. Qui est maintenant aux mains de Bertelsmann, un groupe de presse. La proximité avec le pouvoir

Il y a à une brèche potentielle dans un cloisonnement information-publicité qui s'est jusqu'à présent avéré assez élanche. Internet, en plaçant l'individu au centre du processus de création et d'échange d'information, a donné naissance à l'idéologie des contenus gratuits (le quotidien *Metro*, le *Huffington Post*, deux exemples parmi d'autres en voie d'apparition). D'occupé, c'est tout un pan des recettes des médias qui s'effrite, celui dans lequel jusqu'ici l'utilisateur final payait l'accès au support pour accéder à l'information : achat au numéro, abonnement...

Dans un tel contexte, le pouvoir d'influence des annonceurs pourrait bien s'accroître en proportion de la part accrue que prennent leurs investissements publicitaires dans le financement des médias.

Conclusion : de gros défis à venir...

Publicité et information ont jusqu'à présent relativement bien réussi à coexister au sein de leurs supports communs. À de rares exceptions près, on ne peut donc pas affirmer que les médias d'information soient à proprement parler sous influence publicitaire. Aujourd'hui du moins...

Toutefois, la part des investissements publicitaires dans le modèle économique futur des médias d'information pourrait bien s'accroître et favoriser le développement d'un processus permicieux d'influence de la part des annonceurs. Un défi éthique de taille pourrait donc bien se poser en matière d'autorégulation et nécessaire de la part des organes déontologiques, outre une vigilance accrue, la mise en place d'approches plus poussées et d'avantage de créativité.

Mais un défi plus sérieux encore – majeur selon nous – se profile avec l'émergence de l'individu comme acteur majeur du web, ce dernier devenant un média d'information de plus en plus présent et incontournable : en particulier, la définition même du concept d'information est remise en cause suite au développement intensif des réseaux sociaux (Facebook, Twitter...). On assiste actuellement à un recentrage (ou un rétrécissement, c'est selon) du champ d'information des jeunes générations autour de leurs cercles de relations personnelles, au détriment de l'information traditionnelle au sens où on la conçoit aujourd'hui encore – globale et « générale » – celle des médias d'information actuels. L'information privilégiée comme telle est de plus en plus celle qui est générée et filtrée par et au sein des groupes de relations interpersonnelles et en rapport avec leur vie. Cette information-là est avant tout information de proximité, non dépourvue d'un certain climat d'autarcie, elle porte prioritairement sur ce que font et pensent les « amis » à où ils sont, sur leurs problèmes, leurs activités, leur histoire, leur vie quotidienne, leurs centres d'intérêt... Cette information-là, aucune régulation – autogénérée ou imposée – ne parviendra aisément à la canaliser.

Les publicitaires, eux, l'ont déjà compris... ■

audience telles RIT/VI, la Une (RTBF), VTM... dont les écrans publicitaires – notamment le prime time – font l'objet d'une demande intense et continue dépassant largement l'offre. Il en va de même pour bon nombre de quotidiens « nationaux » (*Le Soir*, *De Slan-daard*, *Het Laatste Nieuws*). Jou de titres de presse magazines leaders d'opinion et spécialisés. Audience ou pénétration élevée dans le public, caractère audiovisuel, spécialisation et expertise : la combinaison heureuse d'au moins deux de ces caractéristiques permet bien souvent au média qui en bénéficie de rester largement à l'abri de toute forme d'« influence » publicitaire sur sa fonction d'information.

Les contenus publicitaires hybrides : un risque banalisé et... canalisé

Nous l'avons vu, la publicité est un terme générique qui recouvre différentes formes dont certaines sont hybrides et mélangent des aspects publicitaires et journalistiques : on pense ainsi aux communiqués de presse, publiportages, cahiers thématiques, etc. Certaines de ces formes hybrides existent depuis des décennies (par exemple, les communiqués de presse font partie de la culture publicitaire) et relèvent de techniques établies et reconnues par tous.

On en vient donc naturellement à évoquer la régulation comme barrière à d'éventuels débordements de la publicité sur le territoire de l'information.

Conseil de déontologie journalistique (CDJ), Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), Raad voor de journalistiek (RVDJ), Jury d'éthique publicitaire (JEP) sont autant d'organes « garde-fous » offrant des garanties d'indépendance et d'étanchéité en matière d'influence.

Le défi de la gratuité des contenus : une brèche potentielle

L'État des lieux des médias d'information en région francophone 2011 soulève à juste titre le problème de la « non-valeur... (qui) traverse l'actuelle sphère des médias : celle de la gratuité de l'usage des objets culturels en général, et des objets médiatiques en particulier »⁴.

« Ancrés dans cette configuration concurrentielle, quasiment tous les opérateurs médiatiques ont été amenés à s'inscrire dans la logique d'une offre de contenus gratuits qui impose le médiamarket. »⁵

« La tendance au recours à des tiers pourvoyeurs de fonds s'inscrit de manière de plus en plus forte dans les stratégies de financement et se manifeste de manière essentielle par la recherche d'annonceurs publicitaires »⁶.

4 Frédéric Antoine et François Heinderyckx, op. cit., p. 168.
5 Ibid., p. 169.
6 Ibid., p. 170.

Table ronde avec Alain Raviart, Michel Henrion et Daniel Soudant¹

Politiques et journalistes : relations douces-amères

Propos recueillis par Yves Kengen
Rédacteur en chef

Dans le grand barnum médiatique, la relation entre journalistes et politiques se décline souvent sur le thème de « Je t'aime moi non plus ». Ou pour le dire autrement : tu m'embêtes mais j'ai besoin de toi. Pour en parler, *Espace de Libertés* a organisé une table ronde réunissant trois personnages ayant à leur palmarès ce double rôle d'ancien journaliste et d'ancien attaché de communication d'un-e politique.

« Il est dans le rôle de l'homme politique de faire pression, mais il est tout aussi normal que le journaliste puisse y résister. »

Espace de Libertés : La tentative d'influence d'un politique à l'égard d'un journaliste, info ou intox ?

Alain Raviart : Info bien sûr, inévitablement, et tous les jours.

Michel Henrion : Quand on s'occupe de la communication d'un parti politique, il est normal d'essayer de faire passer ses informations. La règle de conduite pour un conseiller en médias au sein d'un parti, c'est de ne pas tricher et de dire la vérité. Et finalement d'obtenir dans le milieu une certaine crédibilité. Cela étant, je me souviens d'avoir vu arriver plusieurs fois, chez Guy Spitaels, des propriétaires de journaux, des actionnaires de presse venant demander des subsides pour leurs imprimeries et même des rédacteurs en chef venus promettre, en échange d'un appui, des interviews en première page de journaux théoriquement hyper réputés.

Daniel Soudant : Sans relations humaines et personnelles, les informations ne circulent pas. Il y a du relationnel parce qu'il y a des règles au jeu. On ne peut pas donner de fausses informations ni torpiller l'autre. Et si l'on ne respecte pas ces règles qui sont celles de l'honnêteté intellectuelle, les portes se ferment.

Quelles sont les règles tacites de cette relation ?

Michel Henrion : Il est normal qu'un homme politique qui a besoin de faire parler de lui, fasse pression. C'est parfois demandé simplement : « Je fais une conférence de presse. Est-

ce que vous pourriez y assister ? C'est important pour nous. » Est-ce que cela vaut le journal télévisé ? Est-ce que cela ne vaut pas le journal télévisé ? Il est dans le rôle de l'homme politique de faire pression, mais il est tout aussi normal que le journaliste puisse y résister. Il n'est pas obligé de dire oui : on peut exercer sur lui la pire des pressions, il peut simplement dire « Non, je ne le fais pas » et la pièce s'arrête.

Alain Raviart : Il y a quand même trois conditions fondamentales qui, aujourd'hui en Belgique, ne sont malheureusement pas remplies quant à la qualité du travail de journaliste. Un, son statut. Parmi les pays d'Europe, c'est en Belgique que l'on trouve les journalistes les moins bien payés. C'est un véritable scandale. Deux, son confort de travail. Aujourd'hui, et quel que soit le média – audiovisuel, radio, télé ou presse écrite –, on ne lui demande même pas nécessairement de ramener des informations, parce que c'est parfois assez rébarbatif, mais une matière qui remplit un journal qui soit écrit, radio ou télé. Trois, sa formation. Est-ce qu'aujourd'hui les journalistes qui sortent de l'école sont formés ? Bien sûr que non. Et donc il faut attendre un ou deux ans avant de devenir, en terme commercial, rentable et efficace.

Daniel Soudant : Cela va même plus loin avec la concurrence et l'arrivée d'internet : on devrait parfois publier une information avant même qu'elle ne se soit produite. On est donc dans l'immédiateté, dans la rapidité et cela joue dans le confort de travail parce que les journalistes deviennent des acteurs économiques. Les quotidiens, surtout du côté francophone, sont devenus des journaux sans relief. Qu'on lise l'un ou l'autre, on a l'impression de lire la même information. Le phénomène au niveau de la presse écrite, important et assez récent aussi, c'est une gazette comme *Metro* qui est n'est qu'un assemblage de dépêches d'agences rarement augmentées d'une réflexion.

Michel Henrion : Mais *Metro* est un produit formidable ! Et c'est un produit gratuit, qui ressemble un peu à l'internet. La presse écrite est chère et elle ne parvient pas à s'adapter aux nouveaux médias.

Alain Raviart : Et donc à travers cela, on voit l'autoroute qu'il y a pour les partis politiques, pour le personnel politique. Parce qu'à partir du moment où vous avez des journalistes qui sont dévalorisés, vous avez des hiérarchies de rédaction

« Les journalistes deviennent des acteurs économiques. »

qui doivent répondre à des critères avant tout commerciaux pour faire fonctionner la boutique. Malgré la multiplication des canaux d'information, on trouve toujours un peu la même chose. Parce que les agences de presse sont très peu nombreuses et les rédactions sont toujours clientes des mêmes agences. Et quand en plus, vos journalistes ont des qualités littéraires pour le moins approximatives, vous n'avez même pas le plaisir de lire. On ne trouve plus beaucoup de plumes ! Et l'on fait appel à des chroniqueurs pour en avoir. Ils ne coûtent pas cher et on peut les virer du jour au lendemain s'ils deviennent trop incisifs. Ça laisse la porte ouverte à des abus d'influence.

Michel Henrion : Il faut quand même faire une grande différence avec la presse du Nord qui elle est effectivement restée plus incisive, plus agressive et qui, elle, va chercher l'information au lieu d'aller stupidement à des conférences de presse. L'avenir de la presse francophone, c'est clair, c'est la presse flamande. C'est une presse plus professionnelle, plus austère, moins conviviale mais beaucoup plus agressive, à l'offensive et qui aiguillonne les politiques.

Daniel Soudant : Par rapport à l'indépendance du journaliste, il faut quand même rappeler que du côté francophone, il existe l'aide à la presse et que les groupes francophones de presse ont besoin des subsides, par exemple de la Région wallonne, pour des implantations d'imprimeries ou autres. Tandis que du côté flamand, pas un euro public ne va à la presse écrite.

Michel Henrion : Maintenant la presse dynamique, c'est la presse en ligne, évidemment, qui a créé un autre rapport entre les pouvoirs et les médias ; c'est là que l'expression politique est aujourd'hui la plus forte.

Daniel Soudant : Et c'est là qu'on peut le plus manipuler. Parce qu'il n'y a plus de contrôle. Et puis quand on est dans les forums, bon nombre de gens faussent le dialogue. Ce sont des gens qui travaillent pour des partis politiques.

Alain Raviart : On a donc plus que jamais besoin de journalistes. C'est cela que prouve internet !

Je voudrais aborder avec vous la question du « in » et du « off ».

Michel Henrion : Le « off » se développe. On voit de plus en plus souvent des journalistes qui « décrivent » le climat de l'interview ou la manière dont cela se déroule et je trouve cela formidable.

Daniel Soudant : C'est dans le « off » que s'établit ou non une relation de confiance entre les protagonistes. On teste d'abord l'interlocuteur et on lui donne une information soi-disant sensible, même si elle ne l'est pas, et l'on voit ensuite si elle circule. La politique du « off » permet au journaliste d'élargir sa vision, d'avoir un élément de réflexion supplémentaire pour



© AFP/Thomas Samson

Kouchner-Ockrent : le plus glamour du mélange des genres politico-médiatique.

contextualiser. Mais qu'il ne peut pas utiliser en direct. Et en général, le « off » est relativement bien respecté, parce que les journalistes savent que s'ils ne le respectent pas, ils sont grillés !

Michel Henrion : Mais cela touche à sa fin. Il y a une tendance à la mort du « off » et c'est très bien.

Alain Raviart : Il y a une nouvelle expression qui fait florès depuis quelques années, on parle maintenant de « off de chez off ». Ce qui ne signifie pas : « Tu ne peux pas dire » mais « Ne le dis surtout pas ! ». Parce que quand on exige le silence, on sait très bien que l'info sortira quand même à un moment. Parce que le « off » est toujours destiné à être transcrit un jour ou l'autre.

Michel Henrion : Cela veut dire « ce n'est pas moi qui l'ai dit mais tu peux l'écrire ».

Alain Raviart : Le « off », tu dis que « ce n'est pas moi ». Le « off de chez off », tu ne dis rien. La guerre de la communication aujourd'hui se gagne, je vais être gentil, à 80% sur le « off ». Et bien sûr vous faites en sorte que ce « off » soit enrobé d'images et c'est là que vous devenez un artisan très pointu et que vous gagnez la guérilla des exemples.

Michel Henrion : Pour revenir un instant au rapport entre pouvoir et journaliste, il y a aussi le phénomène inverse : certains journalistes viennent « faire la lêche » aux politiques pour obtenir une nomination, un service social, etc. J'ai notamment connu un cas inouï. Un journaliste soi-disant indépendant de la RTBF qui arrive dans mon bureau et qui me dit : « Je viens vous communiquer que j'ai rencontré Philippe Moureaux qui a dit que je devais être nommé secrétaire de rédaction. Je compte sur vous pour étudier cette décision. » Je n'en reviens toujours pas. ■



Sierre : les médias belges en ont-ils fait trop ?

Aurore Peignois
Journaliste

Le 13 mars dernier, 28 Belges dont 22 enfants perdaient la vie dans un accident d'autocar à Sierre. Comme un seul homme, les médias du royaume se sont mobilisés pour tenter d'informer au mieux la population. Au lendemain du drame, des voix se sont élevées. L'emballlement médiatique autour de ce fait divers n'aurait-il pas bafoué la déontologie journalistique et violé l'intimité des victimes ?

Fallaient-ils publier les photos des enfants ? Fallait-il en faire autant ? La presse n'a-t-elle pas manqué de respect et de délicatesse face à des parents plongés dans la douleur et le désarroi ? Dans les heures et les jours qui ont suivi ce drame, fait divers, des reproches en masse ont frappé les différentes rédactions du pays. Les familles et les proches des victimes ainsi que de nombreux lecteurs, auditeurs, téléspectateurs et internautes se sont dit choqués du traitement médiatique réalisé autour du drame de Sierre.

Sont pointés du doigt, le comportement des journalistes et des photographes tant en Suisse qu'en Belgique, l'incalculable couverture médiatique réalisée durant de nombreux jours et la publication de photos d'enfants alors que les parents n'avaient pas encore été informés de l'identité des victimes. Des critiques dont l'écho s'est fait entendre sur le réseau social Facebook avec la publication, par un habitant d'Heverlee, d'une photo et d'une lettre ouverte décrivant le malaise que provoque la présence des médias dans sa paisible ville.

Un choix cornélien

Pourtant dans les rédactions, très tôt après l'accident, la question du traitement de cette information et de la publication de photos des écoliers trouvées sur le blog d'un professeur a été au centre du débat. Pris dans l'action, certains journalistes n'ont pas eu le recul nécessaire et se sont laissés entraîner dans l'émotion que les faits ont suscité. « La profession avance à tâtons, et il arrive qu'il y ait des erreurs. Ce qui compte, c'est qu'elle se remette en question, en tire des enseignements, et tente de ne plus reproduire les



mêmes faux pas», constate André Linard, secrétaire général du Conseil de déontologie journalistique.

Un emballlement raisonnable ?

S'il est certain que le traitement journalistique de ce drame n'a pas été parfait, peut-on pour autant parler d'un emballlement médiatique ? « Pour dire que les médias en ont fait trop, il faudrait connaître la juste mesure », nuance André Linard. Les personnes qui ont éprouvé cette impression de répétition ont probablement suivi le déroulement des événements quasi en continu sur différents canaux.

André Linard rappelle qu'aujourd'hui, la consommation d'informations est fragmentée. « Pour certains, le principal ou l'unique moyen de se tenir au courant est le journal de 19h ou 19h30. Tout le monde n'a pas suivi le déroulement des événements sur internet ou à la radio tout au long de la journée.

Cette impression de répétition et de "trop" est donc moins forte », explique-t-il.

Cela étant, la masse d'émissions, programmes et autres flashs peut aussi s'expliquer par la peur des journalistes à qui l'on a reproché par le passé de ne pas en faire assez ou d'en faire moins que la concurrence. Pour Béatrice Delvaux, éditorialiste au journal *Le Soir*, il ne faut pas non plus nier l'intensité du drame : « Chaque parent qui voit partir son enfant en vacances en car a la peur au ventre, la peur de l'accident. C'est justement parce que c'est une crainte universelle que cela a suscité autant d'émotion ».

Les enfants de tous les Belges

D'autres éléments doivent être également considérés pour comprendre cette abondance d'éditions spéciales. Le drame a dépassé l'intimité des familles. Leurs enfants sont un peu devenus les enfants de tous. Avec les condoléances du roi, le voyage du Premier ministre Elio Di Rupo pour accompagner les familles sur place et la décision officielle de faire un jour de deuil, le drame a pris une ampleur nationale.

L'addition de tous ces éléments explique donc, sans nécessairement le justifier, ce qu'une partie du public a dé-



Le choc des mats, l'horreur des photos. © Libération

crit comme un emballement médiatique. Fallait-il en faire moins ou plus ? Le faire déontologiquement est sans aucun doute une première réponse. Que les rédactions personnalisent leurs propos, cherchent des angles différents et se défient du réflexe suiviste pourrait s'avérer bénéfique, tant pour se distinguer de la concurrence que pour offrir au public l'information pluraliste nécessaire à l'exercice d'une pensée rationnelle. ■

FOCUS : pourquoi certains faits divers nous touchent-ils davantage ?

« Non pas ça ! » Au matin du 14 mars, les grands instincts. Tout ce qui a trait à l'amour, la mort, la haine, la violence... nous attire. C'est ce qui du drame qui s'était déroulé la veille en Suisse, la peur s'est lue sur bien des visages. Avec horreur et crainte, chacun s'est imaginé le pire... pour sa famille. Comment un simple accident, causant la mort d'inconnus à plus de 800 km de Bruxelles peut-il susciter autant d'émotion dans toute la Belgique ?

Cet intérêt particulier est expliqué dans le monde du journalisme par la « loi de proximité », plus communément appelée « loi du mort-kilo-mètre ». Plusieurs éléments la composent. Parmi ceux-ci, on retrouve

graphique qui nous est proche, on se sent directement concerné. C'est ainsi que de grandes catastrophes humaines mais lointaines intéressent moins qu'un événement environnemental de nature semblable, même si les victimes sont moins nombreuses. Concrètement, plus un événement se déroule près de chez nous et plus il y a de victimes, plus les médias en parlent parce que le public se sent plus concerné ! D'autres éléments comme l'appartenance socioculturelle et socioprofessionnelle entrent également en ligne de compte. (ap) ■

¹ Yves Agnes, *Manuel de Journalisme*, Paris, La découverte, 2008, 474 p.

La déontologie comme outil de résistance

André Linard

Secrétaire général du Conseil de déontologie journalistique

Le Conseil de déontologie journalistique (CDJ) est un organe d'autorégulation du journalisme. Enfin, presque...

Il le serait totalement s'il n'était composé que de professionnels de la presse. Or, il comporte quatre catégories de membres : des journalistes (30%), des éditeurs (30%), des rédacteurs en chef (10%) et des représentants de la « société civile » (30%). En cela, il est différent des conseils de déontologie antérieurs créés au sein de l'association professionnelle des journalistes et composés uniquement de ceux-ci. Peut-être vaut-il mieux parler, dès lors, d'« hétérorégulation » ?

Peu importe les termes, attachons-nous à la réalité et à cette question précise : « Quels sont les outils dont le métier dispose pour faire face à la puissance des patrons de presse et aux pressions extérieures dans un secteur en crise ? »

La charte de Munich, texte international de base en matière de déontologie, prévoit de « résister toute pression et de résister de directive rédactionnelle que des responsables de la rédaction » (voir n°10). Refuser toute pression constitue donc une exigence déontologique, qu'il s'agisse de pressions économiques autant que d'ingérence politique dans l'autonomie des médias. Étant entendu que, dans aucun domaine, l'existence d'une règle ne garantit à elle seule son respect.

Par ailleurs, un grand nombre de rédactions disposent en interne d'une association de journalistes (société des journalistes, société des rédacteurs...) destinée notamment à constituer un contre-pouvoir face à des pressions, partant du principe que réagir collectivement est plus efficace qu'une défense individuelle. De telles instances sont obligatoires dans certains médias mais sont aussi parfois marginalisées dans d'autres.

Les patrons assument

Et puis, il y a le CDJ lui-même, qui constitue un tel outil. Comment cela se peut-il, dès lors que les éditeurs y sont représentés ? Les pessimistes y verront une perspective de paralysie : les éditeurs investiraient les lieux de résistance pour les soumettre à leurs diktats afin de les affaiblir. Dans cette hypothèse, le CDJ constituerait « un écran de fumée protecteur mettant journalistes et éditeurs à l'abri d'intrusions harnicales » [J.-J. Jespers, à propos des risques inhérents

aux conseils de presse en général]. Il garantirait des intérêts privés face à l'intérêt général dont « le politique » serait le vrai garant. Cette critique a un sens implicite : les entorses à la déontologie que l'on peut régulièrement constater seraient le résultat de pressions exercées « d'en haut » par les intérêts économiques sur des malheureux journalistes qui, si on les laissait faire, appliqueraient une déontologie nickel. À force d'observer les médias avec l'œil du CDJ, on peut affirmer que c'est loin d'être le cas.

Mais il est une autre hypothèse : les éditeurs de presse cofinancent le CDJ et y investissent du temps parce qu'ils croient au respect de la déontologie. Pas tous, sans aucun doute, mais il est frappant de constater que dans la plupart des dossiers de plaintes traités au CDJ, éditeurs, rédactions et journalistes visés par une même plainte argumentent ensemble, les premiers défendant les derniers. Parfois même avec acharnement au cours des procédures et mécontentement en cas d'échec. Le clivage éditeurs/journalistes ne s'est jamais manifesté comme tel lors de débats au sein du Conseil. Les patrons de presse se sont engagés à faire en sorte que leurs rédactions respectent la déontologie. Ils l'assument.

Le pari de la qualité

La déontologie que le CDJ applique n'est pas édulcorée : ce sont les textes anciens (la Déclaration des devoirs et des droits des journalistes - dite Charte de Munich -, le Code de principe de journalisme, les recommandations thématiques...). Lorsqu'ils sont actualisés ou lorsque des enjeux nouveaux sont codifiés, ce qui constitue aussi une mission du Conseil, c'est précisément dans le but de limiter au nom de la déontologie des pratiques qui se sont développées en contradiction avec elle.

Certes, les valeurs pèsent peu face aux intérêts, à moins... de transformer le respect des valeurs en intérêt. Au cours du premier atelier des États généraux des médias d'information organisés par le Parlement de la Fédération Wallonie-Bruxelles, les éditeurs ont affirmé faire le pari de la qualité pour faire face aux multiples dangers pour la survie de la presse. Il ne suffit pas d'avancer une telle perspective pour qu'elle devienne réalité, mais les éditeurs auraient pu ne pas l'affirmer. Tout comme ils auraient pu ne pas investir dans le Conseil de déontologie. Le CDJ n'aurait alors eu aucune prise sur eux. ■

Un entretien avec Jean-Pierre Jacqmin et Pascale Bourgaux

Quel avenir pour le journalisme d'investigation ?

Yves Kengen

Rédacteur en chef

Aujourd'hui, on ne rencontre plus guère de véritables enquêteurs parmi les journalistes. Fouiner, faire un grand reportage sur le terrain, ça prend du temps donc ça coûte cher et on ne sait jamais si ça va rapporter gros.

La plupart des médias choisissent, par mesure d'économie, de privilégier l'immédiateté, transformant leurs rédactions en centres d'agrégation de contenus, leurs journalistes en rewriters de dépêches d'agences, leurs sites web en relais de contenus externes. Si une vision économique à court terme peut y trouver son compte, le journaliste et, surtout, le public sont les dinos de la face. Cette situation est-elle irrémédiable ? Y a-t-il des poches de résistance ? Deux témoins nous font partager la foi qu'ils ont dans l'avenir du journalisme d'investigation.

Pour Jean-Pierre Jacqmin, directeur de l'information à la RTBF, « c'est un journalisme totalement indispensable, à la fois menacé et plein d'opportunité, qui va chercher des informations nouvelles non encore totalement certifiées, validées, acceptées par la société. C'est un journalisme qui a besoin de moyens. Il est menacé par une société dans laquelle le recours au juridique et au monde judiciaire de plus en plus fréquent. C'est un journalisme qui dérange et donc à protéger particulièrement ».

Pascale Bourgaux, grand reporter pour la RTBF, a pris une période sabbatique pour parachever son documentaire *Les larmes du seigneur afghan*. Elle a bénéficié, notamment, du Fonds pour le journalisme. « Les médias ont de moins en moins d'argent, et le journalisme d'investigation a un coût. C'est un investissement qui rapporte en démocratie, en citoyenneté, en droits de l'homme. Mais pas en argent. »

Compte tenu des facteurs coût et risque judiciaire, la friabilité des éditeurs ou patrons de chaîne peut s'expliquer.

Journalistes sur le terrain à Kaboul. Les médias souhaitent-ils encore assumer les risques et les coûts de ces reportages ?



AFP/Shah Marai

Reste alors le rôle des médias de service public. Qui tentent de se maintenir à flot dans cette spécialité, mais les cerbères de l'omerta sur les «affaires» qui dérangent ont les moyens de leur mettre des bâtons dans les roues; par les recours en justice contre les

“ Les médias classiques souffrent d'une frilosité excessive, et risquent de se voir débordés par ces nouveaux venus qui ont su adopter l'air du temps. ”

journalistes qui font leur travail, ou par des manœuvres d'intimidation allant de l'insulte aux menaces plus ou moins voilées. Il ne faut pas aller très loin: du côté de Liège et de Charleroi, quelques enquêtes sur l'utilisation des fonds publics ont amené leur lot de tracas aux journalistes courageux qui s'y sont lancés. Mais cela ne décourage pas Jean-Pierre Jacquin: «*Quand je vous disais qu'il y a des dangers, il y a aussi des opportunités. Le "data journalisme", par exemple, qui consiste à gratter dans les bases de données, c'est du journalisme d'investigation. Celui qui pratique cet art-là ne prendra pas, par exemple, une déclaration du gouverneur de la Banque nationale comme argent comptant; il analysera ce que disent vraiment les chiffres du rapport.*» Ça, c'est la voix du service public, où un journalisme de ce type s'inscrit dans les missions statutaires.

Frilosité

Quel type d'investigation pourrait relancer l'intérêt des éditeurs privés? Qui est-ce qu'il faudrait pour que les journaux se décident à investir de nouveau? On sait que RTL coproduit, avec Keynews, le magazine d'investigation «In-duces» où se exprime le journaliste investigateur Georges Huercano. C'est donc dans l'ordre du possible, même si cette émission est seule dans son genre sur la chaîne privée. Pour Pascale Bourgaux, «*il y a un vrai intérêt du public*



■ Pascale Bourgaux en reportage sur le terrain en Afghanistan.

pour l'info de fond. Les gens ont besoin de comprendre et se tournent vers l'écrit. Parce que la télévision, la radio, ça va trop vite. Dans le monde francophone, il y a des revues qui ont vu le jour et qui se vendent bien chez le libraire. Le XXI^e siècle, par exemple, qui n'ont rien de superficiel et affichent un contenu franchement original.»

Les médias classiques souffrent donc d'une frilosité excessive, et risquent de se voir débordés par ces nouveaux venus qui ont su adopter l'air du temps. Tant que cette situation perdurera, une initiative comme le Fonds pour le journalisme, dont l'existence même est un déni des médias quant à leur rôle dans la société, continuera d'être utile. C'est le contribuable qui finance les reportages que les entreprises de presse lui vendront ensuite. Une situation qui ne choque pas Jean-Pierre Jacquin: «*Cela a toujours existé, il y a toujours eu des bourses, il y a toujours eu des prix. Il y a toujours eu du journalisme indépendant qui avait besoin de moyens pour exister. Mais c'est vrai que dans une entreprise comme la RTBF, quand un journaliste vient et dit: "Voilà je voudrais mener tel ou tel type d'enquête, mais je me rends bien compte que dans la rédaction dans laquelle je suis je n'en aurais pas les moyens", s'il vient avec une bourse du Fonds du journalisme et que nous estimons que le reportage en vaudra la peine, pourquoi ne pas accepter ce genre de choses?*».

Trois francs cinquante

À la RTBF, on différencie le grand reportage et le journalisme d'investigation. «*Les investigations sont payées par la RTBF*, précise Jean-Pierre Jacquin. Et nos investissements, en termes d'investigation, sont colossaux. Les émissions comme "Question à la une" ou "Devoir d'enquête", ce n'est pas à trois francs cinquante sur le bout d'une table. Je dirais presque ce n'est pas "rentable" si on voulait le voir de façon privée. C'est beaucoup plus facile d'acheter un reportage fait par une société, qui l'aura vendu à plusieurs diffuseurs et aura fractionné le prix. Nous voulons de l'investigation faite par les journalistes de la RTBF sur la matière qui concerne le public belge.»

On pourrait se demander quelle est la mesure de rentabilité de cet investissement. L'audience? La notoriété? Ou tout simplement, l'amour de l'art ou le sens du devoir? «*Vous pouvez avoir des sujets d'investigation journalistique qui ne vont pas forcément faire de l'audience. L'objectif, c'est d'abord de faire son métier. Je suis directeur des rédactions de la RTBF pour que les journalistes fassent leur métier. Je n'ai pas d'objectif, a priori, d'audience. Dans les paramètres que l'entreprise RTBF m'a donnés, elle ne m'a pas dit, à aucun moment: "Ton journal télévisé de telle heure doit faire tel ou tel type audience", conclut le directeur de l'information du service public.*

On est content de le lui entendre dire... ■

Les pure players : de nouveaux acteurs économiques ?

Juliette De Maeyer (aspirant FNRS) et Vinciane Colson (doctorante en Sciences de l'information et de la communication à l'ULB), toutes deux membres du Centre de recherche en information et communication (RESIC-ULB)

Rue89 en 2007, Mediapart en 2008, Slate et Owndi en 2009, Atlantico en 2011 et Huffington Post en 2012 : les pure players d'information, ces sites créés au départ indépendamment de tout groupe de presse traditionnel (supports papier et audiovisuel compris), se multiplient et prennent de l'ampleur.



■ Mediapart: un business model qui fonctionne et un vrai journalisme d'investigation. L'équation est donc possible.

En France, Mediapart a acquis ses lettres de noblesse en rendant publiques plusieurs affaires impliquant le président sortant, Nicolas Sarkozy. Pourtant, comme pour tous les médias, la question de leur indépendance se pose. Où ces pure players puisent-ils leurs revenus? Comment sont-ils financés et par qui? À l'heure où les médias traditionnels se disent en crise, les médias en ligne parviennent-ils à tirer leur épingle du jeu?

Plus que tout autre, les médias en ligne fonctionnent par essais et erreurs en matière de stratégie économique. Plusieurs modèles existent : le tout gratuit, le freemium (l'accès au site est gratuit mais certains services premium exigent le paiement d'un abonnement) et le tout payant.

Un financement alternatif

Qu'il s'agisse de tirer profit de leur expertise ou de leurs infrastructures, les pure players d'information redoublent de créativité pour réunir des fonds. Arrêt sur Images loue son plateau et ses infrastructures techniques. Owndi finance ses activités journalistiques sans but lucratif en se reposant sur la société 22 mars, qui elle-même développe des applications web ou mobiles et valorise l'expertise des membres de Owndi dans le domaine du journalisme de données. Mais le champion en cette matière reste sans aucun doute Rue89, le pure player tirait, à l'automne 2011, 40% de ses revenus de formations en journalisme en ligne ou en développement de sites web, destinées à des entreprises mais également à d'autres journalistes.

Les pure players d'information ne se limitent d'ailleurs pas aux formations. Certains essaient de valoriser leurs productions journalistiques en les revendant à d'autres médias. Arrêt sur Images a ainsi brièvement collaboré avec l'hebdomadaire Marianne, qui a publié chaque semaine, entre janvier et juin 2010, une double page de contenus extraits du site. Une syndication de contenus dont les bénéfices financiers restent cependant assez marginaux.

Il s'agit, pour d'autres, de vendre des produits dérivés de leur marque (Rue89 propose par exemple des tasses ou des t-shirts siglés), mais aussi de mettre sur pied des plateformes de commerce en ligne de produits sans rapport direct avec le média lui-même. Rue89, toujours, propose un espace «shopping» où sont vendus des vêtements, du multimédia, etc. Arrêt sur Images, de son côté, tire une partie de ses revenus de son implication dans l'édition de livres – par exemple, la vente du livre *Crise au Sarkozian* a représenté 10% des recettes du site en 2010. Dans le même ordre d'idée, Owndi s'est lancé dans l'édition d'e-books où sont principalement vendues des enquêtes écrites par les journalistes de la rédaction.

Daniel Schneiderman, «2010, notre année "virtuellement" électorale», mis en ligne le 25 mai 2011 sur www.lesimages.net, consulté le 12 mai 2012.

La publicité et les abonnements, comme leurs ancêtres

En premier chef des sources de financement mobilisées par les *pure players* d'information, on trouve cependant un classique: la publicité, qui peut prendre plusieurs formes. Jean-Samuel Beuscart, Christophe Dacheux et Kevin Mellet, chercheurs au laboratoire Sense d'Orange Labs, ont identifié quatre modèles d'intermédiation publicitaire en ligne²: l'affichage et le matching, les deux modèles classiques de la publicité sur Internet, ainsi que l'intermédiation chaude et le social media marketing, les deux formes émergentes mieux adaptées aux spécificités du web 2.0. L'affichage consiste à placer des bandeaux publicitaires sur les sites. Ce sont les régies publicitaires traditionnelles qui s'en chargent: la version française du *Huffington Post* par exemple ainsi sa régie publicitaire avec celle du *Monde*, un de ses actionnaires. L'affichage repose sur le ciblage thématique, avec une volonté d'aller vers des formes plus élaborées de profiling. Malgré des tarifs faibles le coût par mille affichages avoisine les 0,5 \$, les rentrées publicitaires restent l'un des revenus les plus importants des *pure players*. Modèle dominant, le matching est le terrain de jeu de Google qui, grâce à ses algorithmes, fait se rencontrer des annonceurs et des espaces publicitaires. Le modèle de l'intermédiation chaude pourrait quant à lui être comparé au placement de produit: des régies publicitaires d'un nouveau genre prennent en charge les contenus autoproduits de qualité et les valorisent en concluant des partenariats personnalisés entre des marques et des médias. Enfin, l'avènement des médias sociaux a donné naissance au social media marketing: l'internaute participe alors directement à l'effort marketing en recommandant une marque à ses amis sur les réseaux sociaux et en l'invitant à faire de même.



Rue89 a fini par se jeter dans les bras du *Nouvel Observateur*...

1 Daniel Schneidermann, «2010, notre année virtuelle», *beneficiaires*, mis en ligne le 25 mai 2011 sur www.arretsurimages.net, consulté le 12 mai 2012.

2 Jean-Samuel Beuscart, Christophe Dacheux et Kevin Mellet, «Les modèles d'affaires du web 2.0», mis en ligne le 7 mars 2008 sur <http://www.internetactu.net>, consulté le 13 mai 2012.

3 Voir aussi les comptes de Rue89 pour l'année 2010: Laurent Mauriac, «Rue89 publie ses comptes 2010», mis en ligne le 19 avril 2011 sur www.rue89.com.

4 Daniel Schneidermann, «2011, année bénéficiaire», publié le 17 avril 2012 sur www.arretsurimages.net, consulté le 12 mai 2012.

avoir réussi leur pari: ils terminent tous les deux leur année 2011 en positif.

Outre la publicité et les abonnements, les *pure players* font désormais appel à une autre source de financement traditionnelle: les aides à la presse. Si certaines formes d'aides en ligne existaient déjà dès 2004, les aides concernant les *pure players* ont été mises en place en 2009 en France, à la suite des États généraux de la presse écrite. Le «Fonds SPEL» (fonds d'aide au développement des services de presse en ligne) peut être sollicité par tout service de presse en ligne reconnu par la commission paritaire des publications et agences de presse. Rue 89 a par exemple obtenu des aides de la commission paritaire des publications et agences de presse. Rue 89 a par exemple obtenu des aides de la commission paritaire des publications et agences de presse. Rue 89 a par exemple obtenu des aides de la commission paritaire des publications et agences de presse.

Et en Belgique? La taille réduite du territoire et le coût de lancement important d'un *pure player* d'information généraliste ont certainement repoussé la création de tels sites en Belgique. Quelques initiatives apparaissent néanmoins: *Apache* en Flandre, *Proxi-Liège* en Wallonie. La niche de l'hyperlocalité serait d'ailleurs à explorer dans ce domaine.

Les risques du mécénat

Les premiers *pure players* d'information lancés en France se vantaient d'avoir su garder leur indépendance. Signe de celle-ci: la plupart d'entre eux publient, dans un souci de transparence, leurs comptes et font écho dans leurs pages de l'état de leurs finances.

Cinq ans après la création du pionnier français, Rue89, si la plupart des sites ne sont toujours pas rattachés à des groupes de presse traditionnels, ils dépendent néanmoins plus que jamais du bon vouloir d'actionnaires et de mécènes bienveillants. Des mécènes qui espèrent certainement un jour voir leur poulin prendre une certaine ampleur dans le paysage médiatique.

La plupart des *pure players* organisent des levées de fonds régulières pour tenter d'éponger leurs dettes, faisant entrer dans leur capital des personnalités d'influence. Xavier Niel, dirigeant d'entreprise qui a lancé récemment à grand renfort médiatique l'offre de téléphonie mobile Free en France, a ainsi investi dans *Mediapart*, *Owni*, *Bakchich* et *Atlantico*. Bernard-Henri Lévy a, lui, prêté main-forte à *Owni* il y a quelques mois. Quant à Claude Perdriel, patron du *Nouvel Observateur*, il est devenu l'heureux propriétaire de Rue 89 début janvier 2012. Un rachat envisagé comme une victoire par certains commentateurs: la preuve que les *pure players* ont acquis une réputation et jouent dans la cour des grands. Un échec pour d'autres qui voyaient dans les *pure players* une chance d'enfin se libérer du carcan médiatique traditionnel et de la logique de marché des groupes de presse. ■

Soutenir un journalisme équitable, pour une info de qualité

Martine Simonin

Secrétaire générale de l'Association des journalistes professionnels (AJP)

La liberté de la presse n'est rien sans les moyens de l'exercer. Les contraintes budgétaires qui étouffent les rédactions constituent probablement le plus grand péril pour la qualité de notre information. Pour arrêter la spirale négative, il est grand temps de soutenir un «journalisme équitable».

En Fédération Wallonie-Bruxelles (FWB), toutes les rédactions se serrent la ceinture. La crise du secteur des médias n'est ni récente, ni propre à nos régions, mais sa persistance et son ampleur inquiètent. De la RTBF au *Soir*, en passant par les quotidiens régionaux et les télévisions locales, la compression des moyens affectés aux rédactions et au travail journalistique touche désormais le cœur même de ce qui devrait faire la force du journalisme: la qualité de l'information. Effectifs rédactionnels à la corde, budgets de reportages rabotés ou inexistantes, économies drastiques sur les correspondants et les pigistes, synergies rédactionnelles contre nature: tous les moyens semblent «bons» pour tenter l'impossible équation économique qui taraude les managers.

La presse, écrite quotidienne surtout, souffre davantage que l'audiovisuel. Dans le numérique, aucun modèle économique ne performe. Face aux investissements lourds consentis par les médias pour leur déploiement en ligne, les revenus sont rases: la vente de contenus est quasi inexistant, les rentrées publicitaires très faibles, bien que en croissance constante. Les États généraux des médias et de l'information² ont permis à tous les acteurs de faire diverses propositions pour sortir de cette crise sans précédent. Les journalistes, par la voix de leur union professionnelle, l'AJP, ont aussi formulé plusieurs propositions. Toutes visent à recentrer les moyens disponibles pour soutenir l'information et les professionnels des rédactions.

Réorienter les aides

Les aides à la presse quotidienne et les autres soutiens publics aux médias comme les aides régionales écono-

miques, la dotation RTBF et les subventions aux télévisions locales ne peuvent être de simples «droits de tirage» des entreprises sur des moyens publics. Ils doivent être entièrement conditionnés à des critères sociaux et qualitatifs.

Deux mesures lindolores au plan budgétaire) permettraient de corriger le mécanisme: créer une instance de contrôle indépendante et graduer les sanctions en cas de non-respect de critères. Pour ce qui concerne la dotation RTBF ou les subventions aux télévisions locales, il s'impose également d'établir un lien entre aides publiques et critères sociaux et qualitatifs, permettant aux rédactions de travailler dans des conditions correctes et indépendantes. La renégociation du contrat de gestion du service public constitue une belle opportunité en ce sens.

Aider le journalisme

On peut aussi changer l'optique et considérer que pour maintenir une offre d'information riche, plurielle, approfondie, originale, ce ne sont pas les entreprises de médias qu'il faut soutenir mais bien les journalistes eux-mêmes. C'est dans ce but qu'a été créé fin 2009 le Fonds pour le journalisme³, à l'initiative de l'AJP. Doté chaque année de 250 000 euros⁴ par le gouvernement de la FWB, le Fonds soutient la réalisation de projets d'enquêtes journalistiques, de reportages longs, à destination du public de la FWB. Les journalistes (salariés ou indépendants) introduisent leurs projets au Fonds, qui répartit tous les trimestres les montants disponibles. L'aide du Fonds permet de mener à bien des enquêtes et investigations qui ne verraient pas le jour sans son aide. In fine, l'aide profite donc aussi aux entreprises de médias, mais elle est d'abord dirigée vers les journalistes et le public.

Depuis sa création, le Fonds a soutenu une cinquantaine de reportages, à destination de tous les médias. Même si ses moyens étaient doublés, il ne pourrait répondre à tous les projets qui lui sont soumis. Il s'agit donc d'une initiative à préempter et qui gagnerait à monter en puissance, au grand bénéfice d'une information de qualité et du public à qui elle est destinée. ■

Ce ne sont pas les entreprises de médias qu'il faut soutenir mais bien les journalistes eux-mêmes.

1 Voir le site www.pilotejournalisme.be qui présente notamment une enquête révélant la pauvreté et la précarité des journalistes indépendants.

2 Le site de l'AJP consacré aux États généraux des médias propose des documents, des interviews inédites et des comptes rendus en images de la vingtaine de matières des deux premiers ateliers: www.aip.be/egm.

3 On trouve sur www.fondspourlejournalisme.be la présentation de toutes les enquêtes déjà publiées ainsi que la composition du jury et les règlements d'accès aux bourses.

4 À titre de comparaison, l'aide à la presse quotidienne s'élève à environ 7 millions d'euros par an, la dotation de la RTBF à environ 200 millions d'euros par an. Ce qui permet de réaliser ce petit montant accablant au regard des besoins des journalistes et du public.

Blogs persos : journalistes schizos ?

Frédéric Vandecastree
Journaliste

Électronons totalement libres ou rédacteurs en liberté surveillée ? Les journalistes qui, en plus de leur activité dans un média « traditionnel », entretiennent un blog, ne sont ni noirs ni blancs.

« Si un candidat à un poste ne peut pas nous prouver qu'il entretient un blog ou possède un fil Twitter, nous ne l'engagerons pas. Tout nouveau journaliste digne de ce nom doit être actif sur le web pour démontrer ses capacités et sa motivation. Dès sa sortie de l'école. Si pas même avant », nous confiait voici quelques années le patron d'un groupe de presse belge ! Quant aux journalistes « installés » qui n'entretenaient pas de communauté de lecteurs sur le web 2.0, notre interlocuteur se montrait moins catégorique. « Nous allons essayer de les évangéliser à l'utilisation de l'internet. Mais ce n'est pas gagné pour tous... »

Zone grise

Aujourd'hui, de nombreux journalistes de presse écrite ou audiovisuelle alimentent des blogs persos. Persos... ou pas tout à fait. « Vous touchez effectivement au nœud du problème », indique Benoît Greivisse, directeur de l'École de journalisme de l'UCL. « Quand le journaliste qui écrit sur un blog est aussi au service d'un média "classique", il peut exister une sorte de zone grise. Où se mêlent ses propres opinions, exprimées sur son blog, et celles qu'il exprime à travers son média. Qui sont en outre parfois différentes. Menant à une sorte de schizophrénie pour le journaliste et à une confusion des genres pour le lecteur. Nous sommes à la croisée des chemins. Entre la liberté d'expression dont bénéficie le journaliste, et le point de vue adopté par de plus en plus de dirigeants de médias, selon lequel le support traditionnel doit demeurer la priorité du journaliste. »

« En s'appropriant, mais pas tout à fait, les blogs de ses journalistes, un média pourra toujours revendiquer que l'info lui appartient si elle se révèle pertinente. »

Confirmation par Hugues Le Paige, qui alimente le « blog-notes », et tient aussi une chronique sur La Première. « Lorsque j'étais journaliste à temps plein pour la RTB, puis la RTBF, dans les années 70 et 80, chaque membre de la rédaction pouvait s'exprimer à travers d'autres supports à visage découvert. Aujourd'hui, cela me paraît de plus en plus complexe. Car la concurrence entre médias est telle qu'il est presque impensable qu'un journaliste publie une info en premier sur son propre blog. » Bref, c'est un peu « le retour aux sources ».



Le bloc de Jean Quatremer, correspondant de Libé à Bruxelles.

« En fait, nous sommes passés, en quelques années seulement, de la situation où les journalistes étaient incités à se forger une présence en leur nom propre sur le web à celle où, le média pour lequel ils travaillent tend à capitaliser la crédibilité ou la popularité de ces blogs pour développer sa propre marque sur internet. Sans plus trop mettre le nom du journaliste en avant », lance Greivisse. « Mais, continue Hugues Le Paige, les médias traditionnels nourrissent discrètement deux autres objectifs moins avouables que la notoriété en s'appropriant les blogs de leurs ouailles. Le premier est d'ordre économique : si le journaliste travaille à la fois pour le média traditionnel et pour son blog, il produira tout simplement plus pour le média tarifié. D'autre part, même si elles s'en défont, les presses écrite et audiovisuelle considèrent encore le web comme un terrain propice aux ballons d'essai. Compreniez qu'elles s'en servent pour lancer des infos pas trop vérifiées. Qu'elles n'oseraient pas diffuser en premier sur leurs canaux traditionnels. »

Coups d'éclat

Et nous revenons donc, mais sous un autre angle, à cette fameuse « zone grise » chère à Benoît Greivisse. Où, en s'appropriant, mais pas tout à fait, les blogs de ses journalistes, un média pourra toujours revendiquer que l'info lui appartient si elle se révèle pertinente. Et s'en distancier dans le cas contraire. Sous le prétexte totalement hypocrite, mais déjà entendu, que « le journaliste fait ce qu'il veut sur son blog. »

À ce titre, il suffit de comparer la manière dont sont présentés les blogs de journalistes sur les sites internet de quotidiens pour comprendre que... rien n'est simple. Si *Le Libre Belgique* joue cartes (de presse) sur table en séparant clairement les blogs des lecteurs de ceux des journalistes, la concurrence ne va pas aussi loin dans la transparence. Comme en témoigne le blog « A Peëris » de Charline Vanhoenacker. D'abord parce que sa mise en avant sur le site web du *Soir* n'exprime pas clairement si son auteur s'exprime en tant que personne ou au nom du journal. Et ensuite parce que si quelques coups d'éclat lui ont valu d'être invitée par plusieurs médias français, notre expatriée était tantôt présentée par ses noms et prénoms, tantôt comme une « journaliste belge ». Et bien plus rarement comme une « journaliste belge ». Et bien belge *Le Soir*. Des imprécisions qui en disent long sur la confusion des genres et l'urgence d'enfin adapter le code de déontologie journalistique à ces pratiques du web. ■

Critique des médias ou critique de nous-mêmes ?

Yves Kengen
Rédacteur en chef

Il est de bon ton de critiquer la presse en mêlant tout : journalistes, éditeurs, rédacteurs... Mais que faisons-nous pour que cela change ?

Au-delà des symptômes maintes fois identifiés qui font une presse frieuse, suiviste et standardisée, au-delà du constat que l'émergence de l'info sur internet rebat les cartes d'un modèle mal préparé à évoluer, quelles sont les tendances positives que l'on peut imaginer à court ou moyen terme pour rehausser la qualité de l'information destinée au grand public ? Il semble utopique de songer à des investissements lourds de la part des entreprises de médias dans l'investigation, le grand reportage ou la recherche de l'information pointue. Dans un monde décidément modelisé autour du chacun-pour-soi, les initiatives personnelles de quelques journalistes courageux, voire téméraires, resteront sans doute l'exception et n'existeront que dans la mesure où leur travail peut déboucher sur la commercialisation d'un livre, d'un film ou d'un produit multimédia.

Pas de fatalité

On note cependant l'émergence récente d'une série de publications « papier » intelligentes, telles *XXI^e siècle*, *Causefile*, *Alibi*, proposant une information décalée sur un support de qualité, richement illustré ; ces magazines sont vendus nettement plus chers que les périodiques historiques dont l'audience ne cesse de s'étioler, ce qui ne semble pas faire obstacle à leur succès. Il existe donc des éditeurs pour qui la « mort de la presse écrite » n'est pas la chronique d'une fatalité annoncée.

C'est ce que nous confirme Francis Balle, directeur de l'IREC (Institut de recherche et d'études sur la communication), à Paris : « Face à Internet et à l'audiovisuel, les journaux imprimés gravitent ainsi que les journaux à identité ou spécialité forte survivront ; les plus menacés sont les généralistes payants. Le reportage onéreux devra se réinventer dans des hebdomas ou mensuels onéreux eux aussi. »

Paresse et conformisme

Oui, l'investigation et le grand reportage coûtent cher mais constituent ce qui fait la noblesse du métier d'informateur.

Nous n'avons rencontré personne qui annonçât leur disparition. Et pour cause : le public averti en redemande. Le succès d'un journal comme *Le Canard Enchaîné*, qui existe et prospère depuis 1915 sans aucun financement extérieur ni publicité, le démontre chaque semaine. Ce qui n'étonne pas Francis Balle : « Le Canard est rentable parce qu'il donne des infos que les autres, par paresse ou par conformisme, ne donnent pas. » Ce n'est pas plus compliqué. Pourquoi les autres s'obstinent-ils à rester dans le *mainstream* alors que tout démontre, à commencer par leurs propres résultats, que cette tendance va dans le mur ? Peut-être parce que ceux qui critiquent les médias continuent de les acheter et, par leur passivité consummatrice, font le jeu du statu quo, allez savoir ? Les censeurs, à force de ne rien exiger ni proposer, ne deviennent-ils pas thuriféraires ?

« L'avenir de la démocratie dépend de la vivacité de l'esprit critique des citoyens. »

Décoder la pertinence

Un mot sur les médias de service public, censés ne pas subir les pressions actionnariales et publicitaires de leurs confrères privés. Mais là aussi, il importe, selon Francis Balle, de témoigner sa différence : « Les médias de service public, parce qu'ils ne subissent pas au même degré la tyrannie de l'audience, sont indispensables, à condition qu'ils fassent ce que les privés ne font pas ou qu'ils fassent autrement ce qu'ils font déjà. »

Quant au public jeune, saoulé de superficialité via la télé ou les portails type Yahoo ou MSN, dont les recherches se limitent aux trois premiers résultats donnés par Google, il semble désormais inéluctable qu'il soit formé dès l'école à ressentir la nécessité d'être bien informé et, surtout, à décoder la pertinence dans la surabondance d'information. Mais, s'interroge le professeur Balle, « l'école donnera-t-elle aux jeunes l'esprit critique et l'esprit critique seuls capables d'accroître leur goût pour une information de qualité ? » C'est toute la question, et il ne suffit plus de la poser. L'avenir de la démocratie dépend de la vivacité de l'esprit critique des citoyens et pas grand-chose n'est fait aujourd'hui pour en assurer la pérennité. C'est dans cet esprit que le CAL lance, cette année, une campagne de sensibilisation à la critique des médias. Une petite pierre qu'on espère angulaire et fondation d'un élan partagé. ■

1 Professeur de science politique à l'université Paris-III Panthéon-Assas où il est responsable du master recherche sur les médias et du master professionnel multimédias. Professeur invité, de 1981 à 1983, à l'université Stanford (Californie).

L'entretien de Jean Sloover avec Bernard Wesphael

L'autre ligne laïque

Laisser les questions de sécurité à ceux qui se moquent de l'exclusion sociale qui propage la peur ?

Membre fondateur d'Écolo en 1980, le député wallon Bernard Wesphael a claqué la porte de son parti suite aux résultats de la présidentielle de mars. «*Mon départ est surtout lié au fait que ma sensibilité a été systématiquement marginalisée, explique-t-il. S'il n'y a pas*

formation politique idéologiquement proche du Parti de gauche de Jean-Luc Mélançon : le «*Mouvement de la gauche démocrate et citoyenne, laïque, écologique et sociale*». Une référence explicite à la laïcité qui interpelle d'autant plus que, soutient Bernard Wesphael, en



■ Bernard Wesphael : renforcer la version belge de la laïcité de l'État.

un sursaut rapide contre les inégalités sociales insupportables, nous risquons de faire le lit du nationalisme et du populisme déjà très présents chez nous et en Europe. » Européen convaincu, il s'oppose en 2005 à la ratification du projet de traité établissant une constitution pour l'Europe qu'il regarde comme une étape décisive de l'ultrafinanciarisation de la construction européenne inaugurée avec Maastricht. Après avoir, il y a quelques mois, publié *Changez tout*¹, un essai qui tourne résolument le dos aux paradigmes néolibéraux qui, pendant trente ans, ont dominé la pensée politique, il porte tout récemment sur les fonts baptismaux une nouvelle

plus clairement sur le renforcement de la version belge de la laïcité de l'État.

Cette déclinaison belge de la laïcité, vous la définiriez comment ?

Comme une neutralité active à l'égard de certains comportements qui mettent en péril la loi commune, le socle des valeurs que nous devons partager. Je songe particulièrement aux repus identitaires qui fleurissent un peu partout dans le pays, singulièrement à Bruxelles. C'est pourquoi, face au phénomène de retour du fait religieux auquel nous assistons, il me semblait important de préciser le rôle protecteur et régulateur de l'État à ce sujet. Il me paraissait, de même, important de rappeler que si notre démocratie offre des droits inaliénables à la liberté, notamment, elle impose aussi des devoirs à l'égard de la société.

Concrètement, que souhaitez-vous qu'Écolo soutienne comme mesures ?

J'ai plaidé pour deux formes d'intervention. Un, pour que l'État veille au respect du vivre ensemble : aucune concession ne peut être faite par rapport à l'héritage qui est le nôtre. Celui des Lumières, de la démocratie, du respect mutuel, de la tolérance... Deux, j'ai aussi plaidé pour que l'État prenne ses responsabilités face aux phénomènes communautaristes, et ce, en s'attaquant à ce qui les cause.

Bateleurs de paradis

D'où vient, selon vous, le communautarisme que vous entendez combattre ?

Depuis une vingtaine d'années, l'État s'est désinvesti d'une série de quartiers qui sont aujourd'hui en grande difficulté à la fois sur le plan économique et social. Beaucoup de jeunes qui n'ont pas ou peu de perspectives d'avenir se laissent dès lors récupérer par ce que j'appelle des «bateleurs de paradis» : des bonimenteurs qui, la plupart du temps, viennent de l'étranger où ils ont reçu leur instruction. Quand on laisse à ce point à l'abandon de vastes zones urbaines, quand on accepte que se développent de véritables ghettos, il ne faut évidemment pas s'étonner de ce genre de comportements. À Bruxelles, dans certains quartiers, 40 à 50% des jeunes de moins de 25 ans sont au chômage : cela ne peut que conduire qu'à des comportements difficiles. Que ce soit en termes de repus identitaires, d'organisation de bandes, etc.

Pour résoudre cela, jusqu'où votre mouvement est-il prêt à aller dans une voie sécuritaire ?

Les femmes et les hommes de progrès doivent se poser radicalement la question des causes de la délinquance et celle de ses rapports avec la précarisation sociale, mais ils doivent aussi admettre que les victimes d'agressions gratuites doivent être mieux prises en considération qu'elles ne le sont actuellement. Cela veut dire que la prévention est indispensable et qu'il importe d'augmenter ses moyens. Mais cela veut dire aussi que la sanction qui frappe l'agresseur doit être proportionnée à l'acte délictueux commis et qu'elle doit intervenir le plus vite possible après les faits. Je suis, en effet, convaincu que la notion de réparation est salutaire pour le délinquant parce qu'elle favorise son pardon et sa réintégration dans la société. Pourquoi faudrait-il, je vous le demande, que les questions de tranquillité publique et de sécurité d'existence soient laissées aux sécuritaires ? À tous ces gens qui surfent seulement sur la peur et se moquent de l'exclusion sociale qui la propage ? Ceci rejoint, bien évidemment, ma vision de la laïcité conçue en termes de droits et de devoirs.

Votre manifeste évoque le rôle de l'État en tant que ciment face aux communautarismes et aux repus identitaires, notamment en matière



■ À Bruxelles, dans certains quartiers, 40 à 50% des jeunes de moins de 25 ans sont au chômage.

religieuse. À quels communautarismes, à quels repus identitaires faites-vous allusion ?

Très clairement : ce sont toutes les formes de repus identitaire que je condamne ! Je suis donc opposé au port de toutes les formes de signes conictonnels dans l'espace public, même si la question du voile, par exemple, n'est que le symptôme d'un malaise plus profond que le port d'un simple fichu... Par ailleurs, je condamne fermement toutes les formes de stigmatisation des communautés concernées auxquelles se livrent certains, notamment dans la droite réactionnaire et l'extrême droite. Il ne convient en aucun cas de montrer du doigt une communauté en particulier. Sait-on, par exemple, qu'à Bruxelles, le courant religieux le plus sectaire, notamment à l'égard des femmes, est le courant évangéliste et pentecôtiste ?

Une bonne chose

Le Centre d'Action Laïque refuse toute manifestation extérieure de signes religieux ou philosophique à l'école, et ce, tant de la part de son personnel que de ses élèves. Vous partagez donc cette position ?

Totalement. Le Centre d'Action Laïque le fait d'ailleurs avec beaucoup d'adpropos de respect, sans stigmatisation aucune. Je suis ravi qu'il ait pris cette problématique à bras-le-corps. Cela n'a pas toujours été le cas, me semble-t-il...

Face à l'arrivée d'un islam tangible, une partie importante des laïques s'est transformée en défenseur intraitable des acquis de la société laïcisée, là où une autre partie considère à l'inverse que ce nouveau contexte donne, à la laïcité, l'opportunité de s'émanciper de son anticléricalisme historique. Dans ce débat, où vous situez-vous ?

Je suis en faveur d'une laïcité d'État ouverte, mais claire sur le principe de séparation entre la sphère publique et la religion, principe qui doit être intégralement respecté. La laïcité est une bonne chose dès l'instant où elle protège les plus faibles et où elle garantit le respect des convictions philosophiques et religieuses, tout en veillant à ce que celles-ci relèvent de la sphère personnelle et privée. Je dois donc reconnaître ma réelle sympathie à l'égard du combat de la laïcité organisée et je le défends avec fermeté. Cela étant, pour être honnête, je n'étais guère favorable à ce que le principe de laïcité soit coulé, comme il l'est aujourd'hui, dans une forme institutionnelle et associative : cela brouille les cartes par rapport à la laïcité de l'État.

Pourquoi ?

Parce que cela permet à certains de tenter de confiner la laïcité à un culte parmi d'autres : beaucoup d'adversaires de la laïcité se servent de cet argument. Mais bon : les choses sont désormais ce qu'elles sont et je soutiens la laïcité organisée telle qu'elle existe aujourd'hui... ■

François Hollande : les obligations du vote populaire

Hugues Le Paige

Directeur de la revue *Politique*

« Qui aurait imaginé qu'un jour... Oui, je l'avais imaginé ! » : ce sont les derniers mots, lâchés dans un soufuffle, par François Hollande à la tribune dressée sur la place de la cathédrale de Tulle ce 6 mai 2012. Ils résonnent à la fois comme un aveu et un soulagement. Ils donnent aussi l'importance de la dimension personnelle dans une élection présidentielle. François Hollande est finalement le héros victorieux du hasard et de la nécessité mais il est bien moins redevable au premier qu'à la seconde. Car, en dépit des moqueries de ses adversaires et des réticences de ses amis, François Hollande était bel et bien « en situation » : le candidat de la présidence « normale » arrivait à son heure après quatre ans de crise et l'agitation aussi frénétique qu'incohérente de Nicolas Sarkozy. Il a construit sa candidature avec constance et sans dévier de ses intentions premières. Dès 2009, François Hollande déclarait dans un livre d'entretiens¹ : « Je suis convaincu qu'il faut assumer la confrontation avec la droite sur l'enjeu fiscal. Nicolas Sarkozy a engagé l'appauvrissement de l'État par les baisses d'impôts. Cette stratégie a creusé des inégalités sans stimuler l'économie. Et a abouti par son imprévoyance à priver la puissance publique de l'essentiel de ses marges de manœuvres pour longtermes ». D'une certaine manière, toute la longue campagne de Hollande s'est déroulée autour de ce qui est à la fois une conviction et un programme. Et le candidat socialiste doit sans doute une bonne part de son succès à cette constance autour du concept d'une fiscalité socialement plus juste et plus efficace en termes économiques. La gauche européenne qui est restée



© AFP/Eric Fétterberg

très largement sous la coupe idéologique libérale en la matière devrait en tirer leçon. D'autant que dans ces temps où la marge d'action du poli-

tique est considérée comme réduite, le domaine de la fiscalité demeure le champ où elle peut s'exprimer avec à la fois le plus de sens et de visibilité.

Un vote de classe...

Les enquêtes de sociologie électorale² confirment d'ailleurs que le sort de la bataille présidentielle s'est joué sur les enjeux sociaux. La tentative de Sarkozy de se présenter comme le « candidat du peuple contre les élites » a fait long feu. La composition de l'électorat du président sortant a, en quelque sorte, parfaitement traduit la politique menée durant tout le quinquennat : elle est centrée sur la classe moyenne aisée et les retraités. Sarkozy n'est majoritaire que dans la couche sociale gagnant plus de 3 500 € par mois. À l'occasion de ce scrutin, on a enregistré une relation étroite entre le niveau de revenu et le choix du candidat. De là à parler d'un vote de classe... On verra que c'est un peu plus compliqué mais François Miquet-Marty, le directeur de l'institut Vivaoice, notait au lendemain du scrutin que le « chef de l'État a été délégué sur le terrain social au moment où la question sociale se faisait plus pressante dans la société française. C'est ce qui s'appelle être à rebours de l'histoire »³.

À l'inverse, François Hollande a retrouvé un soutien populaire qui faisait de plus en plus défaut au PS lors des derniers scrutins : 68% des ouvriers et 58% des employés ont, en effet, voté Hollande qui, par ailleurs, a recueilli l'adhésion d'une part importante des cadres et professions intellectuelles. Pour peu, on approcherait de la « nouvelle alliance » dont rêvait Lionel Jospin, sauf que ce dernier intégrait dans sa théorie l'apport des exclus et des précaires. On en est encore loin. Il n'empêche, le clivage socioprofessionnel a été un élément déterminant de cette élection présidentielle. Comme d'ailleurs, le clivage générationnel. Là aussi les chiffres sont éloquentes : 60% des moins de 25 ans ont voté Hollande qui est également largement majoritaire dans la catégorie essentielle (du point de vue de la dynamique sociale) des actifs de 35 à 49 ans mais aussi dans la tranche des 50-64 ans. C'est finalement dans la tranche des plus de 65 ans que Nicolas Sarkozy trouve ses soutiens les plus fermes. En dépit de l'étroussure relative du score final, la composition de son électorat devrait encourager François Hollande à aller rapidement

de l'avant dans la réalisation de son programme. Certes, le résultat des législatives et le rapport de force européen conditionneront sa marge de manœuvre effective mais un espace politique a été créé et il importe qu'il soit porteur d'espérance... et de mesures concrètes. Car une nouvelle désillusion entrainerait des conséquences dramatiques.

L'hégémonie idéologique du FN

Car l'autre enseignement fondamental de cette élection présidentielle est évidemment le score de Marine Le Pen au premier tour (près de 18%) qui marque une nouvelle progression du FN. Même si les Français feignent à chaque fois de la découvrir, depuis 30 ans, cette progression est constante. En dehors même des résultats électoraux qui varient en fonction du type de scrutin et de la conjoncture politique, les idées du parti lepeniste imprègnent chaque année davantage la société française. À travers son enquête annuelle, *Le Monde*⁴ enregistre ce phéno-

mène récurrent : cette année 31% des personnes interrogées se déclarent en accord avec les idées du FN (contre 22% en 2011). On notait une forte pénétration dans les zones rurales (41% d'adhésion!), ce qui sera confirmé par le score de Marine Le Pen. L'hégémonie idéologique et culturelle du FN est plus forte que ses scores électoraux – un classique « gramscien » – et, sans contre-offensive majeure des partis démocratiques, et de la gauche en particulier, elle prépare d'autres lendemains noirs. On l'a dit, en plaçant sa campagne présidentielle sous cette coupe idéologique là, Nicolas Sarkozy a encore un peu plus légitimé le FN. C'est une responsabilité que l'histoire retiendra. Il appartient à François Hollande de répondre à l'« insécurité générale » let en particulier l'insécurité sociale qui nourrit le vote lepeniste. Les circonstances n'ont sans doute jamais été aussi difficiles pour y parvenir mais la cohérence et la volonté politique peuvent y contribuer. Les retrouvailles de la gauche avec le vote populaire lui donnent de nouvelles obligations. ■

² Voir notamment l'étude postélectorale « second tour » du 8 mai 2012 réalisée par Vivaoice pour *Le Monde*.

³ Voir *Libération* du 9 mai 2012.

⁴ Voir *Le Monde* du 12 janvier 2012.

La Pensée et les Hommes

À la radio
Tous les samedis sur La Première vers 19h05 (ou 22h30)

16
SAMEDI
16 JUIN
19h05

Edwarda
Sam Guellemi, Véronique Bergen, Émilie Dujat et Thierry Genicot

23
SAMEDI
23 JUIN
19h05

Jimi Hendrix, le révolutionnaire
Frank Médioni et Anne-Marie Geritzen

30
SAMEDI
30 JUIN
19h05

La tristesse du figuier
Yves Namuret et Thierry Genicot

À la télévision

19
SAMEDI
19 JUIN
20h00

24
SAMEDI
24 JUIN
19h05

30
SAMEDI
30 JUIN
19h05

8
SAMEDI
8 JUILLET
19h05

14
SAMEDI
14 JUILLET
19h05

19
SAMEDI
19 JUILLET
19h05

24
SAMEDI
24 JUILLET
19h05

30
SAMEDI
30 JUILLET
19h05

6
SAMEDI
6 AOÛT
19h05

12
SAMEDI
12 AOÛT
19h05

18
SAMEDI
18 AOÛT
19h05

24
SAMEDI
24 AOÛT
19h05

30
SAMEDI
30 AOÛT
19h05

6
SAMEDI
6 SEPTEMBRE
19h05

12
SAMEDI
12 SEPTEMBRE
19h05

18
SAMEDI
18 SEPTEMBRE
19h05

24
SAMEDI
24 SEPTEMBRE
19h05

30
SAMEDI
30 SEPTEMBRE
19h05

6
SAMEDI
6 OCTOBRE
19h05

12
SAMEDI
12 OCTOBRE
19h05

18
SAMEDI
18 OCTOBRE
19h05

24
SAMEDI
24 OCTOBRE
19h05

30
SAMEDI
30 OCTOBRE
19h05

6
SAMEDI
6 NOVEMBRE
19h05

12
SAMEDI
12 NOVEMBRE
19h05

18
SAMEDI
18 NOVEMBRE
19h05

24
SAMEDI
24 NOVEMBRE
19h05

30
SAMEDI
30 NOVEMBRE
19h05

6
SAMEDI
6 DÉCEMBRE
19h05

12
SAMEDI
12 DÉCEMBRE
19h05

18
SAMEDI
18 DÉCEMBRE
19h05

24
SAMEDI
24 DÉCEMBRE
19h05

30
SAMEDI
30 DÉCEMBRE
19h05

Religion et démographie
L'évolution de la démographie et ses implications religieuses
Chems Chérif-Khan et Jacques Lemaire

Les Assises de l'interculturalité
Nadia Geerts, Daniel Bacquelaine et Jacques Lemaire

Un clandestin au pays de Voltaire
Jean Cornil rencontre Robert Redeker

¹ François Hollande, *Droit d'inventaires*, entretiens avec Pierre Favier, Paris, éditions du Seuil, 2009, p. 9.

Et si Benoît XVI était de trop ?

Pascal Martin
Journaliste

Des documents confidentiels issus de la Curie romaine ont alimenté les hypothèses les plus folles ces derniers mois dans les médias italiens. Dont celle d'un attentat contre le pape.

Dans *Da Vinci Code*, le roman de Dan Brown, la divulgation d'un terrible secret menace le pouvoir de l'Église et risque d'ébranler les fondements de la civilisation occidentale. Dans les coulisses du Vrai Vatican, on n'en est pas là. Mais tout de même : l'affaire du «Vatileaks» [ou «Vaticanleaks»] fait quelque peu désordre. Autour de Benoît XVI, intrigues et complots seraient bon train pour préparer sa succession avant l'heure. Le Saint-Père vient de fêter ses 85 ans.

Mgr Vigano gêne trop de monde parce qu'il a dénoncé le népotisme et le copinage dans l'attribution des contrats

Les faits. Le «Vatileaks» a éclaté en janvier dernier. Des lettres signées par le cardinal Vigano ont été rendues publiques dans les médias italiens. On y lit la sup-
plique qu'adresse au pape celui qui a été numéro deux de la curie du Vatican, de 2009 à 2011. Il y plaide pour ne pas être déplacé, lui qui a dévolé auparavant des dépassements de coûts anormaux totalisant des millions d'euros. À le lire, Mgr Vigano gêne trop de monde parce qu'il a dénoncé le népotisme et le copinage dans l'attribution de contrats, et mis au jour des documents alléguant de conflits internes autour de la banque du Vatican (IOR). Il se plaint aussi d'une campagne de dénigrement menée contre lui par des adversaires, devenus furieux devant sa détermination à prendre des mesures drastiques

pour assainir les procédures d'achat. Il demande enfin au pape de pouvoir finir ce qu'il a commencé.

Mais rien n'y fait : le cardinal Vigano est démis de ses fonctions et nommé nonce apostolique à Washington en octobre 2011.

Puis, les médias italiens révèlent qu'une enquête est menée sur une opération de blanchiment d'argent, à nouveau au Vatican. Quatre prêtres sont soupçonnés, alors que le principal banquier du pape a lui aussi maille à partir avec la justice. Il aurait violé la loi italienne sur le blanchiment d'argent en réalisant des transferts à partir de deux comptes bancaires du Vatican sans identifier l'expéditeur et le destinataire.

Un hypothétique complot

En février, une autre affaire éclate. Le quotidien italien *Il fatto Quotidiano* fait part d'un complot contre le pape et assure qu'il mourra dans les douze mois. Dans une lettre confidentielle que ce journal reproduit, une lettre rédigée en allemand et datée du 30 décembre 2011, le cardinal colombien Dario Castrillon-Hoyos évoque en effet la crainte d'un attentat à Saint-Pierre. Lors d'une rencontre à Pékin, fin novembre, avec des hommes d'affaires italiens, celui-ci aurait évoqué les ten-

tions. Mais jusqu'au 28 juin. Il sera alors remplacé par le cardinal Angelo Scola à la tête de l'archevêché de Milan et au conseil d'administration de l'institut Toniolo. De là à penser que Bertone a mis Tettamanzi sur la touche afin de donner sa place à son gênant rival Scola, à Milan, c'est-à-dire à l'écart de Rome, il n'y a qu'un pas.

Au Vatican, les démentis se suivent. Les rumeurs sont condamnées et «les mauvais journalistes» fustigés. Chacun fuit est démontée avec soin.

La lettre du cardinal colombien Dario Castrillon Hoyos et les soupçons d'attentat contre le pape ? Pour le porte-parole du Vatican, le père Federico Lombardi, «le contenu de cette lettre est absolument déformé». Le vaticaniste Marco Politi estime quant à lui qu'il «n'est pas question d'attentat dans cette lettre et ce n'est pas cela le problème». À l'entendre, la missive «est importante non pas pour son contenu qui peut donner lieu à tant d'interprétations, mais pour le fait qu'elle soit tombée entre les mains de journalistes. Et cela, peu après d'autres "fuites" de documents internes du Vatican, très réservés et embarrassants.»³

Des documents, parmi lesquels les lettres de Mgr Vigano au pape. Celles-là mêmes, rappelons-le, dans lesquelles le prêtre chargé par Benoît XVI de redresser les finances de la Cité du Vatican a parlé de corruption et de malversations. Il y a enfin la divulga-

tion a déjà mis en cause la mauvaise gestion de l'institut.

Gérer sa vie, penser sa mort!

Cette brochure relative à la fin de vie est maintenant disponible !

Communiquez nous votre adresse postale, nous vous enverrons volontiers la brochure (jusqu'à épuisement du stock) !

Adressez votre demande comme suit :

✓ par courriel : nad@diskenet.be
✓ par téléphone : 010 22 89 30
✓ par poste : SLPBW

Rue Lambert Fortune 33, 1300 Wavre



tion d'informations confidentielles relatives à la banque vaticane IOR (Institut des œuvres de religion) et à ses présumées pratiques peu orthodoxes (exportation de capitaux, blanchiment d'argent).

À qui profite le crime ?

À qui profite le crime ? Mystère. Une chose est sûre : une grave crise traverse la Curie romaine. Le «Vatileaks» a réussi à éclipser en février jusqu'à un symposium sur le problème des prêtres pédophiles, un thème qui n'a pourtant rien d'anodin à Rome. Pour le vaticaniste Marco Politi, «en fait, ce pontificat est en stagnation. Il a disparu de la scène géopolitique et médiatique internationale. Il n'a pas résolu ses crises profondes, comme le manque de vocations. Et la gestion de Bertone est considérée comme très insatisfaisante par beaucoup».³

En mars dernier, *La Stampa* rappelait que le cardinal Bertone avait déjà été mis sur la sellette en 2009, notamment par le cardinal Scola, à la suite du scandale Williamson. Mgr Richard Williamson, évêque de la Fraternité sacerdotale Saint-Pie X, était alors bien connu pour ses positions extrémistes, ses déclarations négationnistes et ses délirantes apocalyptiques. Et pourtant, les responsables de la Curie en charge du dossier sur les négociations avec la Fraternité avaient convaincu le pape de lever l'interdiction de ses membres.

Gérer sa vie, penser sa mort!

Cette brochure relative à la fin de vie est maintenant disponible !

Communiquez nous votre adresse postale, nous vous enverrons volontiers la brochure (jusqu'à épuisement du stock) !

Adressez votre demande comme suit :

✓ par courriel : nad@diskenet.be
✓ par téléphone : 010 22 89 30
✓ par poste : SLPBW

Rue Lambert Fortune 33, 1300 Wavre



© AFP/Andrés Solano

Au moindre relâchement pontifical, la Curie romaine reprend ses vieilles habitudes et ses membres s'étripent pieusement.

Le «Vatileaks» donne aujourd'hui l'image d'un pape nu, seul parmi les complecteurs. Qui sont-ils ? Iraient-ils jusqu'à le faire supprimer comme en un mauvais roman pour lui substituer un homme à eux, proche de leur vision de la chrétienté et de la marche du monde, couvrant magouilles et blanchiment d'argent ? Les hypothèses les plus folles se bousculent, d'autant que la Curie romaine ne laisse guère place à la transparence. Pour corser le tout, la chaîne italienne La 7

66 pontificat est en stagnation. Il a disparu de la scène géopolitique et médiatique internationale

a diffusé en février des images (insouhaitées) du «corbeau», le plombier-saboteur de ces «Vaticanleaks».

En avril, le pape Benoît XVI a finalement mis en place une commission pour enquêter sur les fuites. Elle est composée de trois cardinaux (à la retraite) : l'Espagnol Julian Herranz, le Slovaque Jozef Tomko et l'Italien Salvatore De Giorgi. Autres mesures exceptionnelles prises sous la coupole : une enquête criminelle menée par la police vaticane sur les fuites ainsi qu'une enquête administrative. ■

3 Vanja Lukšic, «Diabliques intrigues au Vatican», dans *Le Soir*, 13 février 2012.

4 *Ibidem*.

5 Andrea Tornielli, «Vaticano, la fronda dei cardinali stranieri contro Bertone», mis en ligne le 2 mars 2012 sur <http://vaticaninsider.lastampa.it>.

UN COLLABORATEUR D'ESPACE DE LIBERTÉS PRIMÉ

Le journaliste Olivier Bailly s'est vu décerner le prix Belfius (ex-prix Devix) de la presse dans la catégorie presse économique et financière, récompensant son enquête sur l'endettement des Belges réalisée pour *Le Soir*. Enquête dont vous avez pu lire un aspect dans le numéro d'avril d'*Espace de Libertés*. Bonne pioche ! Toutes nos félicitations à Olivier, en souhaitant que le lauréat ne s'endorme pas sur ses lauriers. (xk)

VENDREDI SAINT

La presse n'en a guère parlé et pourtant la programmation d'un jour férié le 16 avril dernier n'a bizarrement pas fait que des heureux au sein du Parlement européen. Il s'agissait ce jour-là de fêter la Pâque orthodoxe.

C'est la première fois que la Pâque orthodoxe conduit au report d'un jour dans l'ordre de la séance plénière strasbourgeoise. Au menu, la collaboration antiterroriste entre l'UE et les États-Unis, la censure d'internet par les régimes autoritaires, la taxation des caburants et, comme toujours, la crise. Malgré cette abondance, les travaux des eurodéputés ont donc commencé le mardi pour se terminer théoriquement le vendredi.

Théoriquement seulement, car les parlementaires ayant l'habitude de rentrer chez eux dès le jeudi soir, beaucoup ont boyotté le vendredi. « Il y a déjà les Pâques catholiques, voici maintenant la Pâque orthodoxe. Soyons logiques : au nous tenons compte de toutes les fêtes religieuses – chrétiennes, musulmanes, bouddhistes, etc. – ou d'aucune d'entre elles. Pourquoi n'en privilégier que certaines ? », pesait un assistant. Le jeudi soir, beaucoup de parlementaires ont donc regagné leurs pénates sans attendre que sonne la cloche. Le vendredi au Parlement européen, c'est sacré. (map)

ILS ONT PRIÉ POUR SARKO

La pratique du sondage est une spécialité française et, durant la campagne présidentielle, chaque parti en a produit à tour de bras pour chercher à mieux se positionner, PS et UMP y consacrant plusieurs millions d'euros si l'on en croit les analystes.

Le sondage qui suit est au contraire une étude d'après-élections, commandée auprès de Harris Interactive par l'hebdomadaire chrétien d'actualité *La Vie*. On y apprend que près de 80% des catholiques pratiquants (soit 15% de l'électorat français) ont voté pour Nicolas Sarkozy lors du second tour du 6 mai. Sarkozy améliore chez eux son score de neuf points par rapport au scrutin de 2007. Le nouveau président François Hollande est en revanche crédité de seulement 21% du vote des catholiques, sans doute pénalisé pour ses engagements en matière de fin de vie, de droit au mariage pour les homosexuels et d'homoparentalité.

Par ailleurs, Nicolas Sarkozy devance également son rival et vainqueur socialiste chez les pratiquants occasionnels (qui vont à l'office au moins une fois par mois) avec 62%.

L'enquête ne dit toutefois pas dans quelle mesure les arguments développés par Nicolas Sarkozy pour aller à la rencontre de l'électorat FN ont pu peser. Le Front national compte en effet dans ses rangs nombre d'ultracatholiques, et notamment des tefébristes, susceptibles d'avoir rejoint le candidat de l'UMP lors du second tour.

À l'inverse, François Hollande domine chez les « sans religion », 70% de leurs votes s'étant reportés sur lui.

Un sondage chassant l'autre, une autre étude réalisée par l'op-Fiducial pour *Le Point* nous apprend cette fois que Nicolas Sarkozy a recueilli 66% des voix chez les fidèles pratiquants réguliers, mais il est à parité parfaite avec son rival chez les non-pratiquants (50%). Par contre, le président élu François Hollande est plébiscité par les « sans religion » chez lesquels il obtient 67% de votes. (map)

CRUSADERS

Pendant que Barack Obama régale la presse en poussant la chansonnette, Rick Santorum et Mitt Romney font cause commune. En avril dernier, le premier s'est retiré de la course à l'investiture du Parti républicain. Puis, il s'est rapproché de Romney, l'assurant de son soutien. C'est un revirement : « Je jugais impossible même de simplement envisager un soutien (à Mitt Romney) jusqu'à ce que nous nous rencontrions pour échanger les sujets qui nous sont chers, à nous qui avons parfois le sentiment que notre voix n'est pas entendue :

les conservateurs sociaux, les partisans du (mouvement ultraconservateur) Tea Party, les familles de travailleurs des classes populaires et moyennes », a fait savoir Santorum. Père de famille nombreuse comme le mormon Mitt Romney, Rick Santorum assure qu'ils sont « d'accord » pour juger que l'avortement est une « mauvaise chose » et qu'un mariage doit unir « un homme et une femme ». Au-delà de la gestion de la crise et de la police du monde, les Américains auront donc à s'exprimer sur deux visions de la société lors des présidentielles de novembre prochain. Barack Obama a choisi pour sa part de polariser le débat : il est le premier président américain à soutenir le droit des homosexuels au mariage. (map)

LE NOUVEL ENGAGEMENT D'ÈVE ENSLER

L'auteur des *Monologues du vagin* poursuit son combat au Congo où elle a réalisé un documentaire. Au Théâtre de la Toison d'Or, Nathalie Uffner, directrice et metteur en scène, pour qui ces Monologues n'ont plus de secret, a bouclé la boucle : désormais, les femmes congolaises feront partie de cette pièce mythique.

« À l'origine, il y a un passage consacré à une femme bosniaque victime d'un viol. Ève Ensler a remplacé cet extrait par ce texte consacré aux femmes congolaises victimes de nombreuses violences. C'est la suite logique de son combat commencé il y a près de 17 ans. Ce n'est pas un secret, Ève Ensler a été violée, raison pour laquelle elle est extrêmement sensible à l'émancipation de la femme. À l'époque, quand elle jouait ce texte, elle arrivait sur scène avec une tenue militante comme si elle était une combattante » explique Nathalie Uffner.

Pour la sixième année consécutive, le Théâtre de la Toison d'Or (dans le sillage du Théâtre de Poche) propose donc une nouvelle version ce texte, véritable plaidoyer de défense pour le droit des femmes. Mais cette fois, c'est un trio de jeunes comédiennes congolaises qui vous fera (re)découvrir de façon inédite ce mot autrefois chuchoté : le vagin ! (ps)

Info : www.crotheatre.be

PIERRE GALAND PRÉSIDENT DE LA FHE

Le président du CAL a été élu, le 25 mai, à la présidence de la Fédération Humanisme Européenne. Il succède à David Pollock.

Mille nouveaux passeurs de mémoire

Jean Bernard
Journaliste

Du 5 au 10 mai dernier, le Train des 1 000 a amené à Auschwitz, à l'initiative de l'IV-INIG, de la Fondation Auschwitz et de la Fédération internationale de la Résistance, des élèves de 5^e secondaire en provenance de toute la Belgique, tous réseaux d'enseignement confondus : le 8, le Premier ministre et d'anciens déportés et résistants comme Paul Sobol, le baron Halter et Jacques Jadoul (Groupe G) les ont rejoints à Birkenau.

En cette belle journée du 8 mai, les bâ-tisses d'Auschwitz I, de l'extérieur, ont presque l'air pimpant, l'herbe tendre et les fleurs confèrent aux lieux un aspect de cité-jardin. Paul Sobol, 87 ans, rescapé du camp, est le guide du Premier ministre, venu à la rencontre des jeunes ayant effectué le voyage du Train des 1 000 sur les traces des plus de 25 000 juifs de Belgique envoyés à la mort. Vingt-six jeunes de 5^e secondaire accompagnent cette visite qu'ils ont déjà eu l'occasion de faire la veille avec leurs camarades de classe.

L'intérieur des bâtiments glace d'effroi : longs couloirs où, derrière des vitres, s'amoncellent cheveux de femmes (2 tonnes !), lunettes, valises, souliers dont ceux des enfants, boîtes de Zyklon B. Puis visite du poteau d'exécution, des geôles, de l'hôpital... Avant de voir les fours crématoires, le petit groupe passe dans le bâtiment consacré aux déportés français et belges ainsi qu'à la situation quotidienne des juifs dans ces deux pays durant la période noire.

Un quel interminable

Dans une salle, on est frappé par des visages heureux photographiés au temps de l'insouciance. Rudy Demotte s'est essuie pour y méditer. « Cette salle me touche particulièrement ; ces visages, ces portraits de famille, ces regards, ces vêtements, les coiffures. Qui

mi eux, plus de 25 000 Belges, âgés de 35 jours à 93 ans dont seuls 1 200 sont revenus. Vous êtes ici mille. Imaginez que si vous avez été déportés à Auschwitz, demain, vous ne seriez plus que 48 à revenir en Belgique... Vous, jeunes, je vous passe le relais pour que cela ne se reproduise plus jamais. Vous êtes désormais 1 000 nouveaux passeurs de mémoire. »

Auparavant, le Premier ministre prononça un discours trilingue – anglais, néerlandais, français – remarquable d'humanité, de sensibilité et de force, désormais consultable sur Internet. En conclusion, Elio Di Rupo reprend en anglais le poème écrit par un pasteur : « Quand ils sont venus chercher les communistes, Je n'ai rien dit, Je n'étais pas communiste [...] Puis ils sont venus me chercher Et il ne restait personne pour protester. »

Je n'ai rien dit,
Je n'étais pas communiste [...]
Puis ils sont venus me chercher
Et il ne restait personne pour protester. »

Point culminant de la cérémonie et du voyage, le dépôt par chacun des 1 000 jeunes ainsi que par des résistants et partisans polonais d'une rose avec, en musique de fond, *Le Chant des Marais*.

Difficile, ensuite, tant la gorge est nouée par l'émotion, de continuer à poser des questions aux jeunes et à leurs professeurs. Hugette Devillé, professeur de morale au lycée Émile Jacquain, de Bruxelles, a organisé avec le professeur d'histoire le déplacement de ses élèves avec le Train des 1 000 : « C'était à nos yeux une nécessité d'éveiller les jeunes à ce qui a pu se passer. Il était important de le faire maintenant, alors que bientôt, il n'y aura plus de survivants. Une élève est venue me trouver hier soir : "Je suis en colère". C'est une bonne réaction ; il est temps de les élever comme des citoyens. » ■

Attentifs, impressionnés et silencieux...



© Jean Bernard

« Je suis en colère »

Les 1 000 jeunes sont rassemblés au pied du monument du souvenir. Elio Di Rupo, le baron Halter, président de la Fondation Auschwitz, et le président de la Fédération internationale de la résistance se relayent au micro. À 92 ans, Paul Halter lance aux jeunes : « 1 500 000 hommes, femmes, enfants, juifs et tziganes, ont été déportés ici. Par-



Tareq Oubrou, Gabrielle Lefèvre et John Paul Lepers.

Et si l'on parlait d'islam ?

Pierre Schonbrodt

Cellule « Communication » du CAL

La dernière-née des religions monothéistes n'a probablement jamais été autant commentée qu'actuellement. « Pour répondre à ceux qui attisent les tensions » et surtout « pour que croyants et non-croyants bâtissent des ponts de compréhension mutuelle », le Centre d'Action Laïque et le Centre culturel Espace Magh ont fait le pari d'organiser une rencontre avec un imam, Tareq Oubrou, et un journaliste français, John Paul Lepers, réalisateur d'un documentaire intitulé *Qui a peur de l'islam* ? C'était le 12 mai dernier, jour de la Gay Pride !

Une heure avant le début de la rencontre, le recteur de la mosquée de Bordeaux n'apparaît toujours pas. Dehors, dans le quartier, complètement fermé à la circulation, flotte comme un air de fête. Les chars de la Gay Pride passent à quelques centaines de mètres. « *Quelqu'un a-t-il été voir dans le cortège ?* », s'amuse John Paul Lepers et les organisateurs en franchissant la porte du centre culturel. Il en faut bien plus pour choquer Tareq Oubrou, fervent partisan d'un islam des Lumières qui n'hésite pas, à peine arrivé, à condamner toute forme de violence commise envers les gays : « *Toute la communauté musulmane doit condamner les agressions commises contre la communauté homosexuelle. L'homosexualité, l'hétérosexualité et toutes les options philosophiques ou éthiques, tant que ces choix s'inscrivent dans le droit en vigueur dans le pays concerné, doivent être tolérés. Tolérer ne veut pas dire approuver. Nous ne sommes pas obligés d'être d'accord avec les choix des uns et des autres, par contre, il y a une morale de la tolérance qui doit s'imposer : le respect de l'autre et la dignité* ».

humaine sont inaliénables, tout comme l'intégrité physique d'une personne quelle qu'elle soit. Je pense que nous devons encore apprendre à vivre en paix. »

Un film

L'islam, largement méconnu, fait peur et encore davantage lorsqu'il est conquérant ; comme à Lille, là où le journaliste français de LaTéléLibre.fr a arrêté le camping-car de toute son équipe. Cette première halte de ce long « road doc » révèle sans ambiguïté des croyants qui entendent imposer leur foi à la société. « *Je suis contre l'anticléricalisme primaire et l'anti-islam primaire ; aujourd'hui nous sommes en plein dans la stigmatisation de cette communauté musulmane qui souffre énormément. Raison pour laquelle j'ai voulu aller à sa rencontre. Cela n'a pas été facile mais ce n'était rien en comparaison avec ce que nous faisons tous les jours. Nous ne sommes pas obligés d'être d'accord avec les choix des uns et des autres, par contre, il y a une morale de la tolérance qui doit s'imposer : le respect de l'autre et la dignité* ».

gène en tant que républicain. Des musulmans m'ont dit être pour l'instauration de la charia le jour où ils seront majoritaires. Je leur ai répondu, devant la caméra, que, dans ces conditions, je les combattrais ». Le journaliste français ne lâche rien et l'agression très violente des télévisistes à Saint-Nicolas-Le-Char-donnay n'entame en rien la détermination de l'équipe de La Télé Libre : la loi des hommes doit s'imposer à celle de Dieu, seule et unique solution pour empêcher les « fous de Dieu » de nuire.

Un débat

Générique. À Tareq Oubrou, cette fois, d'écouter les questions du public avec attention. L'échange durera un peu plus d'une heure. Il est cordial mais sans complaisance. Les féministes veulent avoir l'assurance que l'imam défendra l'égalité des sexes alors que certains se demandent si les représentants de la communauté musulmane en font suffisamment pour limiter les ardeurs des radicaux. Non, l'islam n'est pas ontologiquement hostile à la femme. Aucun texte, jure l'imam, n'appelle à la soumission de la femme. Oui, dit-il encore, il faut répéter inlassablement que la foi doit être réfléchie et vécue sans passion mais avec émotion. L'imam joue la carte de la modération et de la nuance et tente de prouver sa bonne foi au public, largement laïque, venu l'écouter. Mais des musulmans sont aussi dans la salle. Rares sont les occasions de rencontre. Ce soir, elle aura certainement permis d'aborder les questions sensibles à l'instar de celle-ci, très précieuse aux yeux de Tareq Oubrou : la foi ne se pratique pas sans raison. Un spectateur veut en savoir plus sur ce que l'imam considère comme faisant défaut à beaucoup de croyants. « *On sert Dieu à travers le texte et on ne peut pas le comprendre si on a un coefficient intellectuel qui tend asymptotiquement vers 0. Il faut un minimum d'intelligence sinon la foi peut-être un moyen de destruction massive* » lance-t-il enfin. Entre élitisme et désir d'instruction, les prises de position du recteur de la mosquée de Bordeaux n'auront pas mis un point final au débat sur l'islam. ■

Éloge du polar

Jean Cornil

Essayiste

La littérature noire, le polar, le thriller, le roman policier jouissent d'une forte demande des lecteurs – près de 40% du marché du livre – mais d'une réputation épouvantable en regard de la « grande littérature », celle des véritables écrivains face aux petits lâcherons de la plume. À quelques exceptions près, tels Edgar Allan Poe, Raymond Chandler, voire Georges Simenon, Gaston Leroux ou Sir Conan Doyle. Pour le reste, c'est entendu : fictions de gare, genre mineur pour esprits faibles, divertissements médiocres face aux belles lettres, seules à prétendre à la noblesse esthétique.

Pour ma part, je ne pense pas qu'il y ait de petite ou de grande littérature mais de bons ou de mauvais romans. Peu importe où on veut les classer. Pour l'exprimer en une formule, la littérature policière n'est pas à la littérature ce que la musique militaire est à la musique, ou à la justice militaire à la justice. Il y a des romans, parfois en six épisodes dans la Chine contemporaine, qui me tombent des mains. Et de magnifiques pépites au suspense diaboliquement original ou à la psychologie criminelle d'une

toute subtile profondeur. Qu'importe la catégorie de la fiction, pourvu que dans l'espace du dernier thriller convenu en tête des meilleures ventes pluvieuses. Redoutables choix tant le panel est varié. Les œuvres de qualité abondent. L'important, à mon sens, relève de l'immersion fabuleuse dans une époque, un pays, un caractère, une classe sociale ou un milieu. Tout dépend de la vigueur du plongeon et de la limpidité des eaux. Vous pouvez nager du meurtre d'une prostituée dans (Athènes de Platon (Les deux morts de Socrate de Ignacio Garcia-Valino) à une enquête sur l'assassinat d'un nazi dans le Berlin de 1944 (Deux dans Berlin de Birkefeld et Hachmeister), d'une saga en six épisodes dans la Chine contemporaine (Petits meurtres à Pékin de Peter May) à un crime crapuleux en pays Dogon (L'empreinte du renard de Moussa Konaté).



dossier SUR LA ROUTE DE L'ÉCOLE

Éduquer n°90 vient de paraître.

Aux heures de pointe, les déplacements scolaires représentent 30% aussi, on estime que 20% du trafic aux heures de pointe sont dus aux déplacements scolaires. Comment les enfants arrivent-ils à l'école, quelles solutions ont été mises en œuvre pour améliorer la voiture à des modes de transport alternatifs, quels sont les outils proposés et les bonnes pratiques à suivre, afin que les aménagements à apporter aux abords des écoles ? Ce nouveau dossier tente de répondre à toutes ces questions...

Pour nous contacter :
Ligue de l'Enseignement et de l'Éducation permanente (LigEE)
Rue de la Recherche, 2 - 1000 Bruxelles
02/511.25.87 - enseignement@ligee.be
www.ligee-enseignement.be

Comme le polar, c'est comme une boutée de l'humain

Claude Chabrol

Car, contrairement à ce que prétendait Simone de Beauvoir, le genre n'est pas niais. En revanche, il réagit comme un révélateur de nos angoisses. Un miroir de nos incertitudes. Une mise en lumière de notre part maudite, chère à Georges Bataille. Une cristallisation des inconscients sociétaux. De la violence conjugale au tueur en série pédophile, de la cybercriminalité à la traite des êtres humains, la littérature noire est un puissant projecteur sur le sombre de nos âmes et notre contemporain le plus cru. Du thriller écologique sur fond d'accident nucléaire, comme chez Maud Tabachnik, à la désespérance sociale dans les brumes du Nord, tel chez Franck Tilliez. Le polar ne relève pas de l'évasion, du divertissement ou de la tangente. Il nous ramène à la brutalité du monde et à l'hyppocrisie des humains. Il met en exergue la lucidité indispensable pour tenter de construire un mieux en affaissant les vanités et les gloires de circonstances.

Trois bijoux, courts et sobres, que je n'oublierai jamais et que je relirai régulièrement, de Patrick Cauvin, Jacques Expert et Gilles Vincent, qui illustrent le sens de mes propos. Noyez-vous dans l'ivresse de ces suspenses et dans ses superbes constructions narratives. ■



CE SOIR J'AI TUÉ L'ASSASSIN DE MON FILS
Jacques Expert

Peine maximum
Gilles Vincent

Patrick Cauvin, Venge-moi, Paris, Albin Michel, 2007. Le livre de poche, 2009, 192 p.

Jacques Expert, Ce soir j'ai tué l'assassin de mon fils, Paris, Anne Carrière, 2010. Le livre de poche, 2011, 224 p.

Gilles Vincent, Peine maximum, Boulogne-Billancourt, Témée-Éditions, 2011, 286 p.

Dour, au-delà de la « dernière sortie avant la France »

Didier Stiers
Journaliste

Le festival rock de Dour, qui aura lieu cette année du 12 au 15 juillet, occupe terrains agricoles et zoning industriel. Si certains vont y vivre hors de l'espace et du temps pendant une demi-semaine, l'événement concerne aussi directement la population locale. Retombées positives ou négatives selon les cas : les organisateurs tentent de toutes les prendre en considération.

Juste une image : en 2007, dans la navette reliant le parking au festival se trouvait un couple âgé. Très âgé même. Autant dire des Martiens. Arrivés à destination, ceux qui ont eu la curiosité de les suivre ont

pu les voir s'arrêter devant la Last Arena, la grande scène en plein air, à l'heure où s'y produisait un groupe de chevelus qu'on n'aurait pas vudans leur discothèque idéale. Certes, la bonne musique, ça aide,

côté longévité. Mais n'empêche : voir ce couple claudiquer sur le terrain inégal donnait tout à coup du festival une image transgénérationnelle.

En 1989, quand le festival de Dour se lance, c'est aussi grâce à l'associatif, aux volontaires, aux locaux de l'entité et des environs. L'implantation de certains va même plus loin : « À partir de la deuxième année, raconte Damien Dufrasne, l'un des organisateurs, alors que le festival est presque tombé en faillite, c'est surtout chez des gens d'ici que nous avons trouvé un soutien financier. Des médecins, des commerçants et autres qui nous ont soutenus, qui se sont portés caution, sont toujours actionnaires de la société. Ils n'attendaient pas de retour financier. Ils ont juste cru à un chouette projet pour la région. »

Découvrir, pour pas un cent

En fouillant sur le net, on comprend jusqu'où se fait ressentir l'effet de ce « chouette projet ». Sur le site du CPAS local, au bas de la page consacrée à la maison de repos qui en dépend, on lit ceci : « Les aînés ont aussi eu l'occasion de participer au festival de Dour 2011. Accompagnés par le personnel du home, deux étudiants jobistes et un steward, ils ont profité, certains pour la première fois, de l'ambiance du festival. » « L'année passée, reprend Damien Dufrasne, des pensionnaires ont rencontré leurs enfants dans l'es-



■ NIMBY : pas dans mon jardin. La guerre des étoiles ?

pace VIP ! Socialement parlant, je trouve cela très bien. »

Avec les années, les organisateurs ont intégré les paramètres socio-culturels de ce grand raout estival. Certains Dourlois peuvent ainsi le découvrir gratuitement : ceux nés avant 1975, les habitants de la zone riveraine, ceux qui se munissent d'un exemplaire du journal partenaire et, bien sûr, les nombreux bénévoles venus prêter leurs biceps. Si Dour reste l'un des festivals les moins chers du pays (100€ le combi 4 jours, contre 195€ à Werchter et 155€ au Pukkelpop), s'offrir un ticket n'est pas pour autant à la portée de tous. « Nous avons pas mal de cités, des jeunes qui ont du mal, et leur permettre d'accéder au festival en échange de leur aide est quelque chose de constructif. »

Le père Noël est un rockeur

Bien sûr, il restera toujours des irréductibles, des adeptes du NIMBY (*Not in my backyard* !) qu'on peut essayer de comprendre : 40 000 dingos à la musique qui débarquent chaque jour dans une petite ville, ça chamboule quelques habitudes... Quand on revient de vacances en 15 juillet, ou qu'on pensait justement organiser un grand barbecue familial. Ou quand il faut sortir la voiture et que certaines rues sont interdites à défaut du « pass » adé-

quat. « Le porte-à-porte occupe deux personnes à temps plein pendant un mois. C'est hyper important à gérer, nous ne pouvons pas arriver avec nos gros sabots, il faut respecter les gens. Des irréductibles "anti", il y en aura toujours. Mais beaucoup de riverains s'en accommodent : on n'a jamais vu autant de communions dans la zone "riverains" que pendant ces quatre jours. »

L'effet se prolonge-t-il au-delà des dernières notes, de la dernière bache repliée ? De cette parenthèse pendant laquelle commerces, cafés et grandes surfaces du cru mettront aussi du beurre dans leurs épinards ? Les organisateurs ont d'autres activités encore... Il y a quelques années, c'était la version « kids » du festival, supprimée depuis. Reste le Tremplin, ce concours qui permet à un groupe local de jouer sur l'une des scènes du festival. Une aubaine dans une région qui n'abrite guère de salles. Quant à l'opération « Le Père Noël est un rockeur », il s'agit d'une sorte de minifestival accessible moyennant dépôt d'un jouet en bon état, lequel ira à un gosse moins chanceux. « Nous avions besoin de ça aussi, conclut Damien Dufrasne. C'est fabuleux, du point de vue émotionnel et social, de se déguiser en père Noël et d'aller distribuer les jouets récoltés. » Méchamment rock. ■

Coup de pholie

DIEU IST DEAD (DEAF ?)

Milady Renoir
Écrivaine

Nous ne sommes pas tous nés égaux. Certains oui, d'autres non. Encore moins égaux devant Dieu. D'aucuns à quia devant les autels de dieux, arborant panthéon de pensées uniques à pléthore d'identités multiples. D'autres chavirant de Sodome en Gomorthe, de Charybde en Scylla.

Nous sommes nés dans des lieux déserts, chaotiques et délabrés. Nous avons dû aménager ces territoires de façon à ce qu'ils soient un tantôt à notre image. Bien entendu, nous ne fumes pas derechef accordés. Corps et âmes ne partageaient pas les mêmes valeurs. Nous avons vécu ainsi, entre congénères, entre occupations grégaires et hobbies, pendant quelques millénaires.

Nous avons cependant dû guerroyer, nous confronter entre nous pour savoir qui de nous serait le meilleur nous. Ça allait de pair avec nos dévastations classiques.

Mais à force d'outils, d'armes, de totems et de viandes cuites, des nous se sont clairement distingués en s'affichant tels des nous accomplis. D'autres nous se sont retrouvés en attente, en pleine démesure, à peine conscients de leur imperfection.

Ces autres, ces sous-nous, ont dévoré, déchiqueté, enjambé, enfourné, crapahuté. Ces nous sont devenus des ils, des ils abrupts, sauvages, brutaux, indécents, inadéquats, indigents, insoumis, intolérants.

Et les nous, ceux sortis du lot, se sont logiquement tournés vers les ciels, libérés de la vision des acariens, des invertébrés, des machabètes et de la célèbre punaise marécageuse du monde amer, vulgaire, vivace, lequel avait pourtant nourri tous les nous premiers.

Ce Nouveau Nous, accrocheur, vigilant, armé de dogmes et de fustibales, a dessiné sur le sol du monde des lignes arêtes, des sceaux, des parcours obligés, des limites meurtrières, de sorte que des secteurs ont justifié des catégories, des catégories ont soutenu des identités, elles-mêmes avivées par des races, des origines et des civilisations (l'incomitant que certains des lieux primitifs, aussi nommés l'arrière-monde, soient noirs et du charbon, fisatin, putin, pétrin).

Au-dessus de la cartographie mathématique, ce nous stratège, auto-proclamé Sur-Nous, institua un rôle d'architecte, une posture de maître d'œuvre (au noir, au rouge, au choix) pour soumettre les nous communs à une image unique donc véritable d'un dénieluge propre, blanc, irréversible.

Créé de l'addition des egos surdimensionnés des Sur-Nous, le soi-disant (mais médisant) Suprême ordonna que les nous vulgaires, ces peuples nous naturels, les nous de toutes les faiblesses soient parqués dans des lieux clos, sous des clochers ou sous des dômes et qu'ils s'agitaient.

Un matin un peu brun, les Sur-Nous n'ayant plus l'œil aguerri sur les choses de la vie se sont fait attraper par les Sous-Nous mis, lesquels ont saccagé les représentations du Grand Ego, les traces de la soi-disant décente et tous les lieux anti-ax. Puis ils se sont jetés d'un canyon ravin, tous ensemble pour ne former plus qu'un.

Moralité : « Le monde a commencé sans l'homme et s'achèvera sans lui. » Claude Lévi-Strauss. ■

Le **22 septembre 2012**

SQUARE (Place du Congrès, Bruxelles) de 14h à 21h



Laïcité critique

Laïcité
Éducation
Genre
Éthique
Égalité
Migration
Mondialisation
Sens et philo

**ATELIERS, INTERVENTIONS,
TÉMOIGNAGES, EXPRESSIONS ARTISTIQUES**
Centre de laïcité critique

www.laicitecritique.be

