



Des Médias qui font bouger

**22 expériences journalistiques favorisant
la participation citoyenne**

DES MÉDIAS QUI FONT BOUGER

22 expériences journalistiques

favorisant la participation citoyenne

Cette publication est également disponible en néerlandais sous le titre: 'Media in beweging. 22 journalistieke experimenten om burgerparticipatie te versterken'

Une publication
de la Fondation Roi Baudouin,
rue Brederode 21
à B-1000 Bruxelles

Auteurs

Benoît Grevisse, professeur au département de communication de l'UCL
Nico Carpentier, professeur à la KUB et à la VUB

Traduction

Michel Teller (Cyrano)
Magali Lecouturier (Data Translations)

Coordination pour la Fondation Roi Baudouin

Gerrit Rauws, directeur
Anne-Françoise Genel, responsable de projet
Tinne Vandensande, responsable de projet
Dany Doublet, assistante de direction

Graphisme et impression

Graphicity-Concept Design

Cette publication peut être téléchargée gratuitement sur notre site www.kbs-frb.be

Cette publication peut être commandée (gratuitement) sur notre site www.kbs-frb.be, par e-mail à l'adresse publi@kbs-frb.be ou auprès de notre centre de contact, tél. + 32-70-233 728, fax + 32-70-233 727.

Dépôt légal: D/2004/2848/04

ISBN: 2-87212-431-4

Février 2004

Avec le soutien de la Loterie Nationale

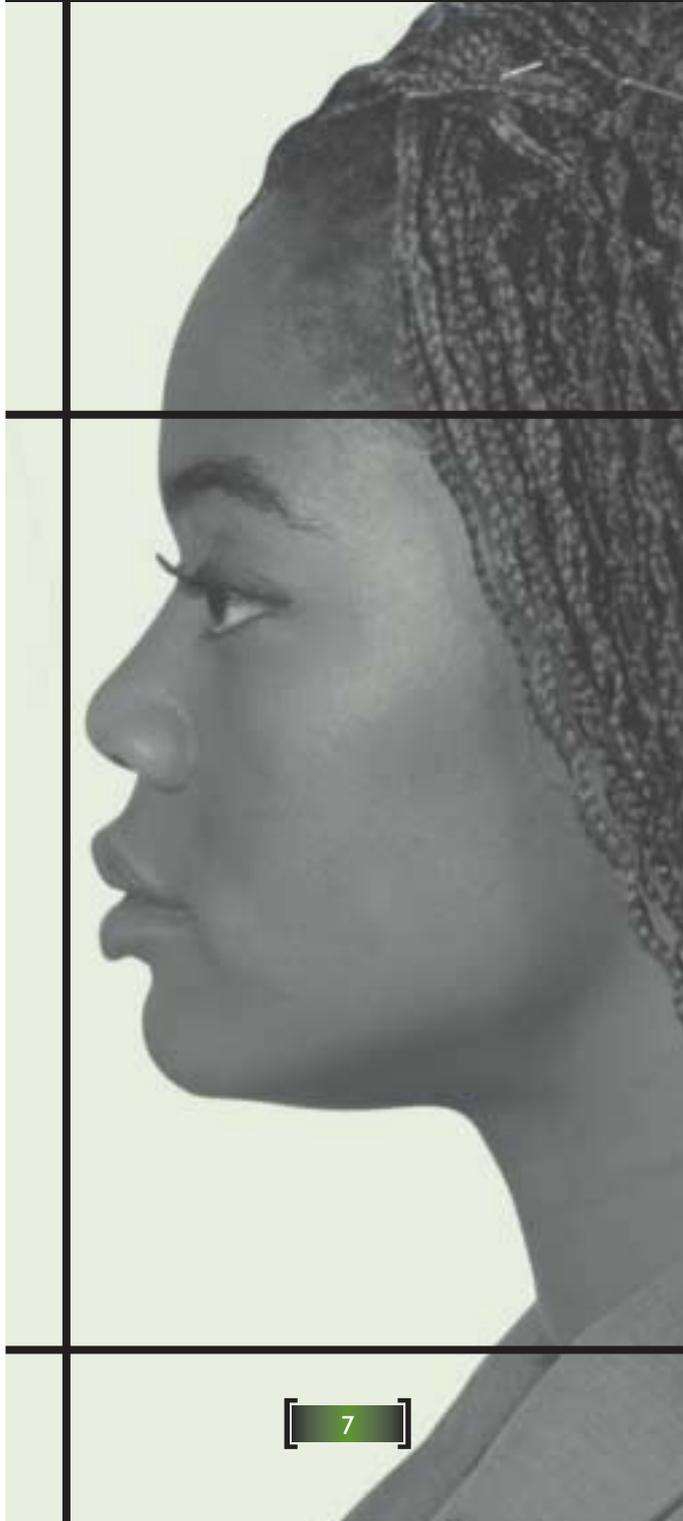


TABLE DES MATIÈRES

| | |
|--|------------|
| ■ Introduction | 7 |
| ■ Partie 1 : La participation et les médias | 13 |
| ■ Partie 2 : Présentation des 11 projets soutenus en Communauté française | 37 |
| ■ Fédération des Télévisions Locales ‘Profils – pour la création d’une dimension participative’ | 39 |
| ■ Le Soir - Spirou ‘6T’ | 45 |
| ■ RTBF Radio ‘Quand les jeunes s’en mêlent’ | 51 |
| ■ La Libre Belgique ‘L’école en boîte’ | 55 |
| ■ Télévesdre ‘Informer, s’informer. Mode d’emploi’ | 61 |
| ■ Femmes d’Aujourd’hui ‘Solitude: ensemble agissons’ | 65 |
| ■ Bel-RTL ‘Votre question nous intéresse’ | 71 |
| ■ Sud Presse ‘Journal de classe’ | 75 |
| ■ No Télé ‘Création d’un centre de vidéo participative en milieu défavorisé’ | 81 |
| ■ Le Ligueur ‘Parents, comment répondre à vos jeunes devenus électeurs ?’ | 87 |
| ■ Antenne Centre ‘Ecoute jeunes’ | 95 |
| ■ Partie 3 : Présentation des 11 projets soutenus en Communauté flamande | 101 |
| ■ TV Brussel ‘Prisma’ | 103 |
| ■ Het Belang van Limburg ‘Lekkere Letters’ | 111 |
| ■ Résumé des 11 projets soutenus en Communauté flamande | 117 |
| ■ Partie 4 : Remise des prix ou laboratoire de nouvelles pratiques journalistiques ? | 121 |
| ■ Partie 5 : Plaidoyer pour une démocratisation des médias | 129 |
| ■ Résumé | 135 |

INTRODUCTION

Nico Carpentier – Benoît Grevisse



Dans la culture démocratique contemporaine, les journalistes se voient attribuer une fonction importante. Chiens de garde du système politique, ils sont chargés d'informer les citoyens que nous sommes des réalisations et des déficiences de ce système. Les médias de masse exercent également d'autres fonctions. Ils nous divertissent. Ils sont aussi les conteurs d'aujourd'hui, au travers desquels se construisent une part

importante de nos représentations et de nos identités. Ils sont ainsi, selon l'expression de John Hartley¹, nos 'professeurs transmodernes' qui, sans tomber dans le paternalisme, nourrissent la connaissance que nous avons de la société. Ils constituent l'un de nos principaux lieux publics de discussion, de dialogue et de débat. Ils nous relient à la société dans laquelle nous vivons et nous font découvrir les valeurs, les modes de vie et les (sous-)cultures qui y ont cours. En d'autres termes, ils nous permettent de participer à une société démocratique.

Mais ces mêmes médias doivent aussi affronter un flot de critiques. C'est en vertu de l'importance de leur fonction dans la société, que l'information et les représentations qu'elle construit des réalités sociales, politiques et culturelles font l'objet d'une méfiance justifiée. Encore faut-il ne pas se focaliser uniquement sur ce qui est montré et débattu: la manière de médiatiser est aussi cruciale, tout comme ce qui n'est pas montré et débattu.

À la base du travail dont rend compte cette publication, se trouve cette idée selon laquelle les grands médias de référence exercent une importante responsabilité sociale et démocratique. Dans une société démocratique, le rôle du système politique est évidemment capital. Mais il ne peut être compris sans envisager celui que jouent d'autres acteurs du champ social, tels que les médias, dont le fonctionnement détermine aussi dans une large mesure la qualité démocratique d'une société moderne. Ce "fonctionnement" englobe à la fois les produits médiatiques et les processus internes à ces entreprises. Autrement dit, et d'un point de vue démocratique, il convient de le soumettre à une analyse de contenu et de processus. La question sous-jacente qui se pose est de savoir comment les grands médias (compte tenu de leur contexte propre et dans le respect de leur spécificité) peuvent concrètement assumer et étendre cette responsabilité sociale et démocratique. Ou encore, comment peuvent-ils renforcer la participation à la vie sociale et favoriser une citoyenneté active ?

La campagne 'Médias et Citoyens'

La campagne 'Médias et Citoyens' de la Fondation Roi Baudouin a cherché à apporter à ces questions complexes, des réponses à la fois théoriques et pratiques. Dans un premier temps, en 2001, la Fondation a demandé à des chercheurs d'établir une typologie aussi large que possible des pratiques journalistiques qui renforcent la participation citoyenne et la démocratie. On peut retrouver le résultat de ce travail dans la publication 'Médias et citoyens sur la même longueur d'onde. Panorama des pratiques journalistiques favorisant la participation citoyenne'² (de Nico Carpentier, Benoît Grevisse et Michaël Harzimont), parue début 2002.

La seconde phase s'est, en grande partie, inspirée de cette typologie. En février 2002, la Fondation Roi Baudouin a lancé un appel aux médias, leur proposant d'appliquer dans leur pratique journalistique les possibilités décrites dans cette première publication. Quatre séminaires ont été organisés dans les deux communautés du pays, afin d'appuyer cet appel et de présenter aux professionnels intéressés toutes les possibilités proposées dans le cadre de cette typologie.

19 dossiers ont été introduits du côté francophone et 18 du côté néerlandophone, avec une diversité remarquable de médias et de partenaires impliqués. Dans les deux cas, 11 dossiers ont été sélectionnés par un jury indépendant³, pour une enveloppe totale de respectivement 217.957 et 197.950 euros. Mais l'aide accordée ne s'est pas limitée au financement des projets. Dans le courant de 2003, les professionnels des médias et leurs partenaires dans le cadre des projets sélectionnés ont été réunis à l'occasion de six⁴ ateliers. Les objectifs poursuivis étaient de procéder à une auto-analyse et d'échanger des expériences. Les différents promoteurs ont été invités à effectuer une analyse AFOM⁵, basée sur un questionnaire préétabli.

Ces auto-analyses constituent une partie substantielle du rapport final de la campagne 'Médias et Citoyens'.

Cependant, on ne les retrouve pas ici sous leur forme initiale, mais bien retravaillées pour former un ensemble aussi cohérent que possible, mettant en évidence tant les forces que les faiblesses de ces projets, dans le contexte de la typologie de départ. Pour ce faire, nous nous sommes chaque fois servis de la même structure: une description générale du projet est suivie d'une analyse de ses dimensions participatives et démocratiques, des enseignements qui en ont été tirés par le média qui l'a initié, d'un exemple et de la fiche de contact du projet. Les versions modifiées ont chaque fois été soumises aux professionnels concernés.

Ce rapport met en exergue les 11 projets des médias francophones, qui sont tous passés en revue de la manière la plus détaillée possible. Ils sont complétés par la description de deux projets néerlandophones, à savoir 'Prisma' de TV Brussel et 'Lekkere Letters' de *Het Belang van Limburg*, et un résumé de l'ensemble des projets néerlandophones⁶. Ces descriptions de projets sont encadrées par deux textes de nature plus théorique, qui proposent une réflexion globale sur les conditions permettant de mener une action de renforcement de la participation et de la démocratie dans les médias. On y retrouve aussi un résumé succinct de la typologie initiale. L'ouvrage se conclut par une série de recommandations stratégiques.

Breve présentation des 22 projets de la campagne 'Médias et Citoyens'

Malgré toute la diversité qui caractérise les 22 projets, on peut les regrouper en quatre grands pôles.

Une première catégorie de projets répond à une volonté d'**émancipation**. Du côté francophone, l'accent est surtout mis sur la précarité sociale (et pas spécifiquement celle éventuellement liée à l'origine étrangère, comme c'est le cas du côté néerlandophone). Les projets des deux télévisions locales *No Télé* et *Antenne Centre* s'inscrivent explicitement dans cet objectif. Le projet 'Profils' de la Fédération des Télévisions locales part d'un constat comparable, en ciblant plus particulièrement la catégorie des demandeurs d'emploi. Si on élargit quelque peu ce pôle en y incluant une volonté de donner une image positive de certaines catégories sociales telles que les jeunes (lycéens) et les femmes, on pourra aussi y ranger les initiatives de *La Libre Belgique* ('L'école en boîte'), de la RTBF Radio ('Quand les jeunes s'en mêlent'), du *Ligueur* ('Parents, comment répondre à vos jeunes devenus électeurs') et de *Femmes d'Aujourd'hui* ('Solitude: ensemble agissons').

Un deuxième groupe de projets – qui recouvre en partie le premier – vise à stimuler la **participation aux médias de certains membres de leur(s) public(s)**. Les projets de *No Télé*, d'*Antenne Centre* et de la Fédération des Télévisions locales, déjà cités, présentent un caractère participatif marqué. Le projet 'Profils', par exemple, crée une rédaction participative, dans laquelle un rôle actif est dévolu aussi bien aux journalistes qu'à quelques citoyens en recherche d'emploi. Un quatrième projet qui mérite d'être mentionné ici est celui de *Télévesdre*, qui ouvre un débat avec les téléspectateurs à propos de son propre fonctionnement. Les initiatives qui s'adressent aux écoles font également partie de cette catégorie. Ainsi, l'occasion est donnée à des élèves de collaborer à la production d'une partie du journal (*Sud Presse*) ou d'un supplément ('6T' du journal *Le Soir* et du magazine *Spirou*). De même, le projet 'L'école en boîte' de *La Libre Belgique*, qui réalise un feuilleton mensuel sur une école, permet explicitement aux élèves de s'exprimer.

Une troisième catégorie de projets revêt une **dimension éducative**. Mais contrairement à ce qu'on observe du côté néerlandophone (à l'exception du projet IPV), ils s'adressent à l'enseignement traditionnel. C'est le cas de deux des démarches évoquées au précédent paragraphe (*Sud Presse* et *Le Soir/Spirou*) qui se situent dans un cadre éducatif, tout en étant attentives à ce que les produits réalisés aident l'école à mieux s'insérer dans sa communauté locale. Outre ces deux initiatives, le projet d'*Antenne Centre* présente lui aussi une ambition éducative dans le cadre de la formation permanente.

On peut identifier un quatrième pôle, absent dans les dossiers néerlandophones, qui renvoie à la notion de **'service'**. Quelques projets ont en effet clairement l'ambition de fournir une forme de service à leur public. *Le Ligueur* s'efforce de fournir aux parents des outils pour initier leurs enfants aux principes de base de la démocratie. *Femmes d'Aujourd'hui* veut fournir à ses lectrices des moyens pour combattre la solitude. La





Fédération des Télévisions locales diffuse des informations liées à la problématique de l'emploi et *Bel-RTL*, enfin, tente d'apporter aux auditeurs des solutions concrètes aux problèmes que ceux-ci lui soumettent.

Du côté néerlandophone, les projets se prêtent à un classement similaire. Une première catégorie s'attache au manque d'accès aux médias pour les citoyens d'origine étrangère et à la représentation que l'on donne d'eux. On peut y inclure le projet de *Belga*, ainsi que ceux de *TV-Brussel*, de *TV Limburg* et de la *VRT*. Avec son projet 'Stadsklap', *Gazet van Antwerpen* se concentre aussi dans une large mesure sur cette problématique. Si l'on envisage la problématique de l'émancipation de manière plus large, les projets de *Divazine* (relations hommes/femmes) et de *Het Belang van Limburg* (personnes peu alphabétisées) relèvent également de cette catégorie.

L'approche participative se retrouve également dans les dossiers néerlandophones. *TV Limburg* permet à des organisations et associations locales de réaliser des émissions de télévision. Les lectrices de *Divazine* participent à la réalisation d'interviews et à la production d'articles. Un panel de jeunes du journal *Het Nieuwsblad* débat de sujets politiques brûlants. Des participants à des cours de formation de base rédigent des articles

pour *Het Belang van Limburg*. Des stagiaires écrivent, rédigent, photographient et filment pour le site Internet d'Indymedia, tandis que le forum Internet de *VRT-Radio 1* accueille des discussions entre auditeurs de la chaîne.

Enfin, certains de ces projets relèvent également de la troisième catégorie à visée éducative. Le projet *Indymedia*, déjà cité, est surtout axé sur des ateliers et sur une formation aux médias. De même, il va de soi que les deux projets de stage (de *TV-Brussel* et de *Belga*) sont conçus dans une optique éducative. Enfin, la coopération entre *Het Belang van Limburg* et *Basiseducatie Limburg* relève également de cette catégorie. Il est frappant de constater que, si les jeunes font très souvent partie du groupe ciblé, l'enseignement est rarement sollicité (surtout en comparaison avec les projets francophones) pour faire office de canal ou de partenaire. Seul le projet d'initiation aux médias de l'*Internationaal Perscentrum Vlaanderen* se tourne explicitement vers l'enseignement (traditionnel).

Des médias qui font bouger

L'objectif premier de cette publication, qui met un point final à la campagne 'Médias et Citoyens', est de faire la démonstration qu'il existe, au sein de ces différents médias, une volonté d'expérimenter des approches nouvelles dans lesquelles les publics sont davantage perçus comme actifs (interprétant et participant), citoyens (et non comme simples consommateurs) et diversifiés (et non comme une masse d'individus anonymes). Ce souci de démonstration joue également un rôle sur le plan de la participation aux et dans les médias. On affirme volontiers que des formes plus étendues de participation n'entrent pas dans les possibilités des grands médias contemporains. Ces projets (et les nombreux exemples développés à l'étranger⁷) montrent chacun à leur manière que – moyennant une dose indispensable de bonne volonté, un financement complémentaire et un accompagnement – nos médias peuvent bel et bien s'ouvrir à des formes plus fondamentales de participation du public. Sans fausse naïveté, ni paternalisme, cette démonstration ouvre des perspectives assez nouvelles dans le contexte de la pratique journalistique belge.

Un deuxième objectif est de type réflexif. Cet ouvrage fait clairement apparaître que les termes que nous utilisons souvent dans ce contexte (parfois sans même nous interroger à ce sujet) sont extrêmement complexes, polysémiques et idéologiquement chargés. La démocratie, la participation, la concertation, l'implication, le caractère actif, la citoyenneté et le public sont tous des termes investis d'une signification politico-culturelle bien précise, qui ouvre beaucoup de possibilités, mais qui peut aussi s'avérer restrictive. Les exemples pratiques et les réflexions que cette publication contient montrent bien que certaines de ces restrictions connotatives peuvent être dépassées, pour peu que l'on parte de présupposés aussi ouverts que possible. Nous pouvons devenir encore plus démocratiques, non seulement au niveau 'supérieur' de la politique, mais aussi au niveau intermédiaire de l'organisation et à l'échelon de l'individu lui-même. Autrement dit, ce processus de démocratisation peut aussi être mis en place en favorisant des pratiques plus participatives dans certains secteurs-clés (comme celui des grands médias) et en ciblant davantage l'action et la réflexion sur

le public. Une démocratisation plus poussée ne doit pas se limiter à une réforme de notre système politique.

La troisième ambition est de conserver et d'archiver. Cette campagne a permis de rassembler une vaste expertise à propos de démarches encourageant la participation citoyenne dans le contexte des médias. Cet ouvrage contient une mine de procédures et de méthodes de travail très concrètes, chacune avec ses avantages et ses inconvénients propres, qui ont toujours été confrontées aux pratiques médiatiques en situation réelle. Cette expertise peut non seulement continuer à donner des fruits au sein des médias concernés, mais elle peut aussi servir à ouvrir des portes dans d'autres organisations intéressées. De ce point de vue, cet ouvrage est une banque de données d'idées participatives, qui peuvent être mises en pratique dans d'autres contextes (à l'intérieur ou à l'extérieur des médias). C'est d'ailleurs la raison pour laquelle les noms des professionnels concernés figurent dans les descriptions des projets: non seulement leur travail est ainsi validé, mais ils peuvent eux-mêmes être contactés pour mettre leur expertise à la disposition d'autres projets.

Ce souci de validation est précisément le quatrième et dernier objectif du présent ouvrage. Les descriptions présentées sont forcément très sommaires en comparaison avec les innombrables heures de travail, l'implication et l'enthousiasme dont ont fait preuve les professionnels des médias participant à ces expériences. Plusieurs des projets présentés au fil de ces pages ont entre-temps obtenu un prix, ce qui ne fait qu'encore souligner la valeur des efforts entrepris. Dans chaque description, les noms des professionnels impliqués sont explicitement mentionnés. Honneur à qui de droit: c'est essentiellement leur travail et leur créativité qui sont mis en valeur.

Nico Carpentier,
professeur à la KUB et à la VUB

Benoît Grevisse,
professeur au département de communication de l'UCL

La Fondation Roi Baudouin se joint aux auteurs pour remercier tous les journalistes impliqués dans les projets soutenus, ainsi que les membres des deux jurys chargés de la sélection. Aux auteurs également elle adresse ses vifs remerciements. En alimentant la réflexion et en formulant des conseils judicieux, Benoît Grevisse et Nico Carpentier ont joué un rôle déterminant dans la campagne 'Média et Citoyens', dès son début en 2001 et jusqu'à cette publication finale.

Notes:

¹ John Hartley est professeur à la Queensland University of Technology (Brisbane, Australie) et est entre autres l'auteur de 'Uses of television' (1999).

² Cette publication peut être téléchargée à partir du site www.kbs-frb.be.

³ Voir la liste des jurys francophone et néerlandophone respectivement en page 38 et page 102.

⁴ Pour les médias francophones, il s'agit des ateliers suivants: (1) FRB, 1 mars 2003, (2) Groupe Rossel (Le Soir), 8 mai 2003 et (3) RTBF, 10 juin 2003. Pour les projets néerlandophones: (1) VRT, 20 mars 2003, (2) Gazet van Antwerpen, 28 avril 2003 et (3) Belga, 18 juin 2003.

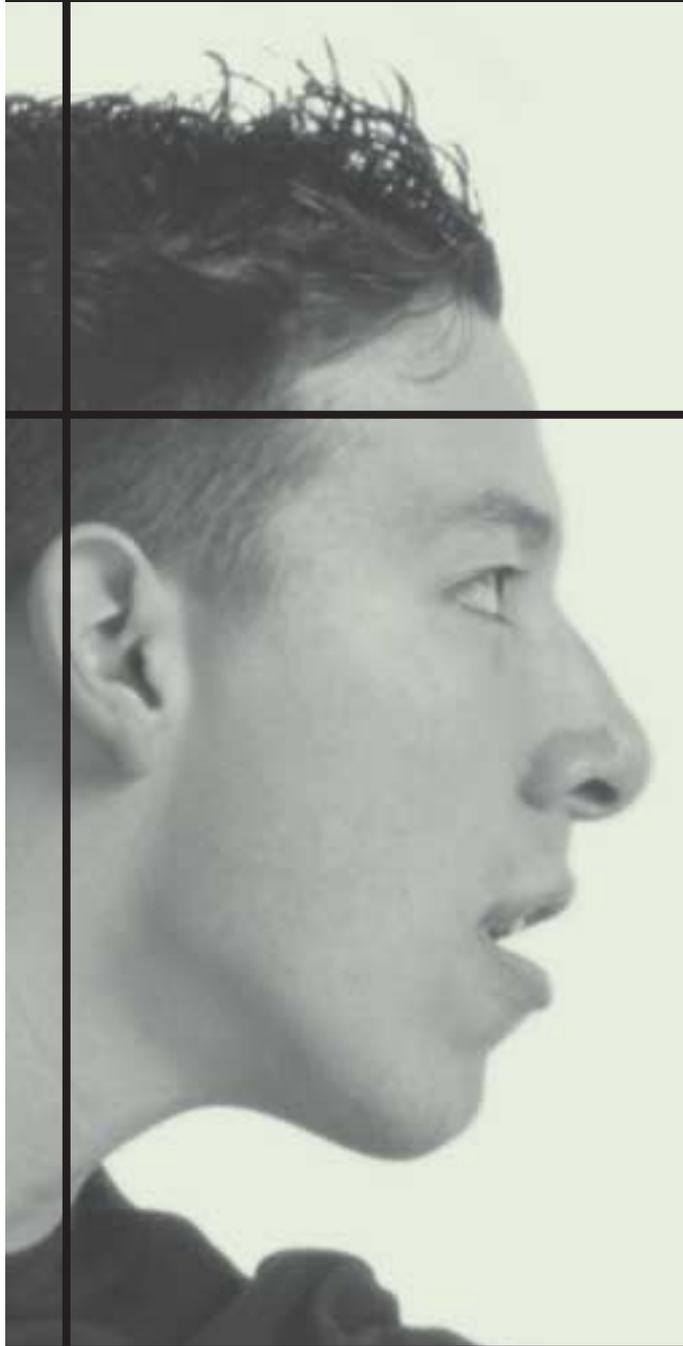
⁵ AFOM est l'abréviation de 'Atouts, Faiblesses, Opportunités, Menaces'.

⁶ On retrouvera la description détaillée des projets néerlandophones dans la publication 'Media in beweging. 22 journalistieke experimenten om burgerparticipatie te versterken' qui peut être commandée (gratuitement) sur le site www.kbs-frb.be, par e-mail à l'adresse publi@kbs-frb.be ou auprès du centre de contact de la Fondation Roi Baudouin, tél. + 32-70-233 728, fax + 32-70-233 727.

⁷ Un exemple est le projet britannique Video Nation, qui est décrit dans l'article 'Beelden van diversiteit. Toegang, interactie en participatie in de "on-line video community Video Nation"' de Nico Carpentier dans l'ouvrage réalisé par Hans Waeghe, John Lievens & Rudi Laermans 'Cultuurkijker. Aanzetten voor cultuuronderzoek in Vlaanderen' (Anvers, De Boeck, 2003, pp 281-312).

PARTIE I : LA PARTICIPATION ET LES MÉDIAS

Nico Carpentier



Introduction

Dans un premier temps, cet article reviendra sur la typologie présentée dans le rapport 'Médias et citoyens sur la même longueur d'onde'¹. La raison en est simple: les descriptions de projets concrets figurant en partie 2 sont, dans une large mesure, tributaires de cette typologie. Un bref résumé de celle-ci est donc utile à la compréhension des textes qui suivent. Par éclairage mutuel, la présentation de ces mêmes projets illustre la typologie².

Dans un second temps, cet article se concentrera sur un élément précis de cette typologie: la participation. Ce concept joue, directement ou indirectement, un rôle essentiel dans les projets décrits. Il méritait dès lors une attention particulière. Après avoir discuté la participation et les deux conditions qui la rendent possible (l'accès et l'interaction) - ce qui débouchera sur l'élaboration du modèle AIP (pour Accès, Interaction et Participation)³ - nous aborderons les limites potentielles auxquelles est soumise la participation dans les médias. La participation est en effet un concept complexe et difficile à manier, mais il est appelé à jouer un rôle clé dans une société démocratique. La conclusion soulignera une fois de plus l'importance de la participation (au sens large), tout en insistant sur le fait que, malgré tout son intérêt, ce concept n'est pas la panacée qui permettrait toute forme de démocratisation (des médias).

Partie I :

La typologie du rapport 'Médias et Citoyens sur la même longueur d'onde'

Le point de départ de cette campagne se trouve dans le premier rapport 'Médias et citoyens sur la même longueur d'onde' de Nico Carpentier, Benoît Greisse et Michaël Harzimont. Cette publication développe en détail une typologie de pratiques journalistiques qui renforcent la participation et la démocratie. Elle analyse le plus largement possible l'arsenal de pratiques dont disposent les professionnels et les organisations de médias, pour mieux assumer leurs responsabilités sociales et démocratiques. Comme les projets décrits plus loin se sont en partie greffés sur cette typologie, nous allons brièvement rappeler en quoi celle-ci consiste.

Cette approche théorique très large embrasse un grand nombre de domaines. La politique et la démocratie sont considérées comme des dimensions de la vie sociale, qui ne peuvent pas se réduire au système politique au sens restreint. Les professionnels des médias ne se limitent pas non plus aux journalistes traditionnels: cette appellation englobe ici tous ceux qui, dans le contexte des mass-médias, travaillent ou veulent travailler sur des faits réels et non sur de la fiction. L'angle d'approche se veut donc aussi large que possible, afin d'éviter que certaines pratiques spécifiques ne se retrouvent exclues ou dévaluées. C'est pourquoi l'élaboration de la typologie a pris en considération tout ce qu'il est convenu d'appeler les théories normatives des médias, qui vont de l'approche libérale aux modèles marxistes en passant par des conceptions radicales-démocratiques. Ceci permet aussi de combiner des approches plus typiquement américaines, avec d'autres qui sont développées en Europe occidentale⁴.

Tenant compte de cette diversité d'approches, quatre pôles ont été définis dans la typologie: un pôle strictement informatif, un pôle touchant à la représentation d'une communauté politique et de ses sous-groupes, un pôle centré sur la représentation du politique et un pôle participatif. Nous allons brièvement commenter chacun de ces pôles, en en donnant d'abord une description générale, puis en illustrant les éléments spécifiques⁵ qui constituent ce pôle.

¹ Téléchargeable sur le site Internet de la Fondation Roi Baudouin www.kbs-frb.be.

² Les projets mentionnés ici le sont en fonction de leur capacité illustrative et nous avons chaque fois choisi les exemples les plus frappants. De nombreux projets reposent généralement sur plusieurs dimensions de la typologie. Mais lorsque nous nous référons dans cet article à un projet à titre d'illustration, nous en choisissons la, ou les, dimension(s) les plus caractéristique(s), et non pas toutes les dimensions possibles.

³ Une version précédente de ce modèle a été publiée dans l'article 'Beelden van diversiteit. Toegang, interactie en participatie in de "on-line video community Video Nation"' (Carpentier, 2003).

⁴ Les approches américaines des médias mettent très fort l'accent sur l'activité économique et s'appuient fortement sur la liberté d'expression. Les approches d'Europe occidentale continuent, jusqu'à nouvel ordre, à insister davantage sur la responsabilité sociale des médias et mettent davantage en exergue les tensions entre les médias et l'économie. Ces différences d'approches s'expriment par exemple très clairement dans le secteur de la radio-télévision publique, qui est resté très limité aux Etats-Unis (mais qui existe néanmoins – voir <http://www.pbs.org>) alors qu'il occupe une place importante en Europe de l'Ouest.

⁵ L'élaboration des composants spécifiques s'inspire surtout des techniques proposées dans les différents projets de réforme du journalisme.

Pôle 1: Information et contrôle

La plupart des modèles théoriques soulignent l'importance démocratique de l'information. On touche au cœur de cette argumentation dans le modèle libéral, qui affirme que les médias – en mettant l'information à la disposition des citoyens – permettent à ces derniers d'exercer un contrôle formel et informel de l'Etat (autrement dit du système politique). La fonction de chien de garde des médias se situe dans le prolongement de cette conception: les médias doivent détecter et faire publiquement connaître les dysfonctionnements de l'Etat et du marché. L'une de leurs fonctions importantes pour la démocratie consiste donc à fournir des informations critiques.

Cependant, il est important de rappeler que l'information n'est pas un concept neutre. La seule question 'quelle information faut-il donner?' peut déjà susciter une foule de réponses diverses. La question 'de qui provient l'information?' montre également les difficultés inhérentes au pôle strictement informatif. De plus, il est impossible de tracer une frontière nette entre ce qui relève de l'information factuelle et ce qui relève de l'image: l'information nous fournit parfois des images qui ne peuvent être qualifiées que de stéréotypes. On en trouve un exemple classique dans l'information relative au continent africain, fréquemment associé aux conflits et au sous-développement (plus particulièrement à la famine⁶).

Au sein de ce pôle strictement informatif, la typologie distingue cinq aspects qui peuvent encourager la participation individuelle ou collective des citoyens. Ce sont:

- Dimension 1: des informations **compréhensibles et accessibles**
- Dimension 2: des informations favorisant l'**(inter)action sociale**
- Dimension 3: des informations **positives**
- Dimension 4: des informations **relatives à des problèmes structurels**
- Dimension 5: des informations **critiques** (fonction de contrôle ou de chien de garde)

La première dimension formule la condition indispensable à toute communication démocratique, c'est-à-dire la compréhensibilité et l'accessibilité, afin d'éviter des mécanismes d'exclusion. Si la compréhensibilité est fortement mise en exergue dans la plupart des projets évoqués dans cette publication, l'un d'entre eux peut néanmoins prendre valeur d'exemple. Le projet 'Lekkere Letters' du *Het Belang Van Limburg* s'adresse en effet (du moins en partie) à des personnes peu alphabétisées; ce qui a fait de la notion de compréhensibilité un enjeu encore plus important que d'habitude pour cette rédaction.

Les trois dimensions suivantes concernent (chacune à leur manière) l'éducation permanente ('empowerment') du public. Des informations qui favorisent l'(inter)action sociale (dimension 2) permettent – comme l'affirme Alex Puissant⁷ dans sa discussion des instruments du 'public journalism' – "d'informer systématiquement les gens de toutes les occasions qui leur sont offertes de participer à des discussions et à des activités citoyennes [jugées pertinentes]". Elles ne se bornent pas à rendre compte du système politique, mais s'intéressent aussi à des initiatives qui sont prises au sein de la société civile. Un premier exemple dans ce domaine est le projet Divazine qui, à partir d'un objectif d'émancipation, propose très explicitement des informations sur (et même des actions contre) une série d'injustices qui continuent à caractériser les relations hommes/femmes. Du côté francophone, les projets éducatifs du journal *Le Soir* et du groupe Sud Presse ont également valeur d'exemples dans la mesure où ils tentent de renforcer le lien entre l'école et sa communauté locale. Un troisième exemple est l'opération de lutte contre la solitude menée par *Femmes d'Aujourd'hui*: ce magazine a, entre autres, édité une brochure avec des adresses de contact; ce qui permet aux lectrices d'avoir accès à un certain nombre d'organisations et de réseaux sociaux.

Les informations positives (dimension 3) comportent, elles aussi, une composante qui incite à l'action en montrant "de petits et de grands exemples de personnes qui ont fait une différence"⁸. Le raisonnement sous-jacent est ici qu'un excès d'informations négatives exerce un effet paralysant. Autrement dit, il ne motive ou ne stimule pas un engagement actif des citoyens. Dans son projet relatif à la sécurité routière, la rédaction de *Radio 1* a, par exemple, explicitement opté pour une approche positive et axée sur la recherche de solutions (ce qui n'allait pas de soi au vu de la thématique choisie). *Femmes d'Aujourd'hui* a aussi choisi une approche positive de la lutte contre la solitude, en mettant l'accent sur les solutions et les moyens de s'en sortir. D'autre

⁶ Voir Boschman et al., 1996.

⁷ Puissant 2000: 28.

⁸ Merritt, 1995: 89.

part, des informations structurelles (dimension 4) permettent de dépasser la simple lutte contre les symptômes et de faire percevoir au public un point de vue contextuel plus large. Cette dimension est en même temps liée à la diffusion d'informations critiques (dimension 5), qui consiste (comme nous l'avons déjà indiqué) à révéler les dysfonctionnements dans le fonctionnement de l'Etat et du marché. Un exemple que l'on peut citer dans ce contexte est celui du projet de *Télévesdre*, qui a décidé de mettre en cause son propre fonctionnement de média.

Ces cinq dimensions, qui s'inscrivent dans le pôle strictement informatif, entretiennent entre elles des relations complexes. Il faut dès lors les replacer (ainsi que toute la typologie) à leur juste échelle. Ainsi, le plaidoyer en faveur d'informations plus compréhensibles n'est pas un appel pour sombrer dans des simplifications à outrance et saper (complètement) le statut de l'expert. De la même manière, le plaidoyer pour une communication favorisant davantage l'(inter)action sociale ne doit pas être compris comme une demande pour réduire l'information sur le système politique, au sens restreint du terme. Enfin, l'augmentation des nouvelles positives ne doit pas servir de prétexte pour (encore) diminuer la part réservée aux informations plus critiques. Cette typologie des pratiques journalistiques, renforçant la démocratie et la participation, implique aussi la nécessité de faire en permanence la balance entre la pertinence de pratiques plutôt traditionnelles et l'opportunité des alternatives que nous proposons ici.



Pôle 2:

Représentation des communautés et des sous-groupes constitutifs de la société

Les différents modèles théoriques normatifs mettent en évidence le rôle joué par les médias en matière de représentation des différents groupes sociaux. En plus d'une représentation correcte de catégories sociales assez traditionnelles telles que les personnes de nationalité ou d'origine étrangère et les femmes⁹, on peut aussi proposer une approche élargie dans laquelle "le public" est perçu comme un agglomérat de toute une série de grandes et petites communautés, en combinaison avec des critères de classe sociale, d'origine ethnique et d'appartenance sexuelle. C'est cette combinaison complexe qui constitue la nation en tant que "communauté imaginaire"¹⁰ ou que communauté politique. A l'intérieur de ce pôle, on souligne donc l'importance d'éviter toute représentation erronée ou stéréotypée de chacune de ces catégories.

Dans ce contexte, il est extrêmement important de montrer des "gens ordinaires"¹¹ comme des citoyens actifs participant au débat public et de leur donner la parole. Ces "gens ordinaires" sont souvent présentés en fonction d'expériences authentiques¹² qu'ils ont vécues. Ce vécu acquiert dès lors une résonance publique et peut même être investi d'une pertinence politique. Cependant, la représentation de la citoyenneté dans la sphère publique ne peut pas se limiter à des aspects strictement individuels. Elle comprend aussi des situations qui montrent ces citoyens s'associant pour défendre leurs intérêts privés (collectifs) et déployant à ce titre une série d'activités publiques.

Enfin, on ne peut passer sous silence l'importance de l'auto-représentation. L'accent mis sur l'accès et la participation aux médias (voir plus bas) de groupes marginalisés et mal représentés permet à ces groupes d'exercer effectivement un contrôle sur l'image et la représentation que l'on donne d'eux. La conception des médias, comme forum ou espace public, met également l'accent sur la représentation dans les médias de tous les intérêts jugés significatifs pour la société.

Deux pratiques journalistiques concrètes relèvent de ce pôle: d'une part l'**orientation sur le public et la communauté** (dimension 6), et d'autre part la **représentation pluriforme** (dimension 7). L'information qui souhaite renforcer la démocratie et la participation citoyenne doit, en premier lieu, adopter un fonctionnement axé sur le public et la communauté plutôt que sur le média lui-même. Il convient cependant de tenir compte du fait que ce concept de "public" revêt une signification complexe, stratifiée et liée au contexte. Le public se compose d'individus faisant partie de toute une série de communautés et d'organisations qui s'imbriquent les unes dans les autres. La mise en évidence de ces publics complexes et actifs permet également de vérifier dans quelle mesure l'information répond aux intérêts et besoins concrets de ces publics et de voir, en eux, des acteurs directement concernés ou, selon le terme anglais, des 'stakeholders' (parties prenantes). Pour illustrer cette dimension, il convient de mentionner le projet de *TV-Limburg* qui a relevé le difficile défi de faire participer des organisations et des associations à des émissions et de montrer ainsi comment un public peut s'organiser. Les trois projets francophones qui ont collaboré avec des écoles (groupe Sud Presse, *Le Soir/Spirou* et *La Libre Belgique*) impliquent également un certain positionnement du public: ils montrent que le public se situe toujours dans une ou plusieurs communauté(s), comme la communauté locale ou la communauté scolaire.

La septième dimension part de certains groupes spécifiques et de l'image (parfois déformée) qui en est donnée. En vertu du principe d'égalité, toutes les catégories sociales ont le droit non seulement d'être présentes dans le paysage médiatique, mais aussi d'y être correctement représentées. La simple présence de membres de différentes catégories sociales est une première condition indispensable pour garantir une représentation correcte. Mais elle n'est pas une condition suffisante. L'étape suivante consiste à analyser le rôle actif qu'ils jouent. En troisième lieu, il importe d'éviter les stéréotypes. Aux images stéréotypées que l'on donne de certaines sous-catégories sociales, Smelik et ses collègues¹³ opposent la notion de "représentation pluriforme" dans laquelle les membres de ces catégories stéréotypées sont représentés de manière active (en train de parler, de regarder et d'agir) tandis que la dualité des oppositions (qui caractérise les stéréotypes) est brisée de manière à faire apparaître une plus grande diversité.

Toute une série de projets ont tenté d'apporter une contribution (directe ou non) à la création d'une image pluriforme. Ainsi, les initiatives de *No Télé* et *Antenne Centre* visent à lutter contre l'exclusion sociale, entre autres en permettant à des groupes en situation de précarité ou d'exclusion de prendre activement la parole. Les projets de la Fédération des Télévisions locales et du journal *Het Belang Van Limburg* poursuivent un objectif semblable, en s'adressant respectivement à des demandeurs d'emploi et à des personnes peu alphabétisées. Trois projets (Belga, VRT et *TV-Brussel*) avaient pour objectif d'influencer l'image qui est donnée des personnes d'origine étrangère, en leur donnant accès à la profession de journaliste (ce qui a eu, dans certains cas, des retombées sur l'image que l'on a de ces communautés) et en ouvrant le débat sur cette question. Les projets du journal *Het Nieuwsblad*, de la RTBF Radio, du magazine *Le Ligueur*, des journaux *La Libre Belgique* et *Le Soir* et du groupe Sud Presse cherchent également à créer une image plus pluriforme et moins stéréotypée des jeunes (dans un contexte scolaire ou non). *Divazine* et *Femmes d'Aujourd'hui* ont l'ambition de donner une représentation plus nuancée des femmes. Le projet de *TV Limburg* travaille sur l'image qui est donnée d'associations et d'organisations actives dans les secteurs de la jeunesse, de la recherche d'emploi, du troisième âge, des groupes d'entraide et de l'action multiculturelle.

⁹ Bien que les ouvrages consacrés aux sciences de la communication traitent surtout de ces deux sous-groupes, il va de soi que la discussion ne peut pas se limiter à eux. Des catégories telles que les personnes handicapées, les homosexuels, les enfants et les personnes âgées souffrent parfois de rapports de force désavantageux. On peut encore citer d'autres exemples plus radicaux de catégories sociales défavorisées, comme les sans-abri, le quart-monde, les prisonniers et les prostituées.

¹⁰ Anderson, 1983.

¹¹ A la suite, entre autres, de Laclau (1977), Hall (1981) et Fiske (1993), le concept de 'gens ordinaires' est souvent défini de manière négative, par opposition à l'élite, au 'power bloc', ou – pour reprendre les termes de Livingstone et Lunt (1996: 9) – 'the elite representatives of established power'.

¹² Livingstone et Lunt, 1996: 102.

¹³ Smelik et al., 1999: 45.



Pôle 3: Représentation du politique

La représentation de la vie politique et démocratique proprement dite joue également un rôle important dans cette typologie. Il convient cependant de s'assurer du sens exact que l'on donne au concept de 'démocratie'. En effet, on s'imagine souvent que celui-ci est stable et que sa signification va de soi. Cela revient à faire l'impasse sur trois éléments essentiels: la multiplicité des formes et des variantes sous lesquelles apparaît la démocratie, la distinction entre la démocratie formelle et les pratiques démocratiques, et enfin la différence entre le système politique, au sens restreint, et la dimension politique, au sens large, de la vie sociale. Dans ce contexte, le projet de *La Libre Belgique* mérite une mention spéciale. En effet, il montre aussi l'école comme étant une communauté politique à laquelle les élèves peuvent (en partie) participer. Il met pour cela l'accent sur la question 'qui décide de quoi à l'école'; ce qui permet de mettre à nu un certain nombre de processus de pouvoir bien localisés, comme le fonctionnement du conseil de classe ou du conseil d'école. Il apparaît ainsi clairement que la notion de démocratisation concerne un grand nombre de domaines et ne se limite pas au seul système politique.

Les différentes acceptions du terme 'démocratie' sont en partie liées au niveau auquel l'action politique est perçue: soit comme l'action d'une élite bien précise, soit comme une pratique de la société tout entière. C'est la différence entre un processus décisionnel centralisé et un processus décisionnel décentralisé. Une deuxième distinction essentielle est celle qui oppose des approches de la politique plutôt axées sur la recherche du consensus ou sur le conflit. Dans le contexte de la présente typologie, l'accent est mis sur un processus décisionnel plus décentralisé, étant donné que celui-ci conditionne l'existence d'une citoyenneté active. Dans ce cadre-là, il est important de prendre en considération aussi bien des approches orientées sur le consensus que sur le conflit et de tenter, dans la mesure du possible, de les concilier. Les modèles démocratiques basés sur la recherche d'un consensus s'appuient dans une large mesure sur la notion de délibération, autrement dit d'une décision collective reposant sur des arguments rationnels, "with the participation of all who will be affected by the decision or by their representatives. [...] it includes decision making by means of arguments offered by and to participants who are committed to the values of rationality and impartiality"¹⁴. Comme le font remarquer à juste titre Glasser et Craft¹⁵, cela ne signifie pas nécessairement que tout le monde prenne la parole mais bien que "tout ce qui vaut la peine d'être dit soit dit".

Les approches plus conflictuelles reposent certes sur un consensus total ('hégémonique') quant aux valeurs fondamentales de la démocratie. Mais dans les limites de ce consensus, il y a une absence totale de consensus sur tous les autres thèmes possibles. Dans une démocratie pluraliste de ce type, les décisions résultent de luttes politiques. Chantal Mouffe écrit à ce sujet: "The prime task of democratic politics is not to eliminate passions, nor to relegate them to the private sphere in order to render rational consensus possible, but to mobilise these passions, and give them a democratic outlet"¹⁶. C'est une position qui présente des similitudes avec le plaidoyer élargi d'Edward Said pour une norme universelle "quant aux souffrances et à l'oppression de l'être humain [...] en dépit des liens partisans, du contexte national ou de loyautés profondément enracinées"¹⁷, sans pour autant tomber dans une signification essentialiste du social et du politique. Cette norme universelle comprend cinq valeurs également universelles: la démocratie, la paix, la liberté, l'égalité (ou l'équité) et la justice. A la suite de Chantal Mouffe, il est cependant important de souligner que le sens concret et le poids relatif de ces différentes valeurs de base sont, à leur tour, l'enjeu d'une lutte politique.

Ce pôle englobe trois dimensions: l'orientation sur une **conception large de la politique** et sur un **processus décisionnel décentralisé** (dimension 8), l'existence d'un **équilibre argumentatif** (dimension 9) et la **défense de valeurs jugées universelles** (dimension 10). La huitième dimension souligne l'importance de la délibération, du dialogue et du débat dans la société, sans limiter la politique au seul système politique. En même temps, c'est aussi un plaidoyer pour des approches plus axées sur la recherche de solutions. Parmi les exemples de projets qui visent explicitement à susciter ce dialogue et à rechercher ces solutions, on peut citer le projet de sécurité routière de *Radio 1*, 'Votre question nous intéresse' de *Bel-RTL*, 'Stadsklap' de *Gazet van Antwerpen* et 'Quand les jeunes s'en mêlent' de la *RTBF*. Divazine et le service de l'égalité des chances de la *VRT* sont allés un pas plus loin en organisant effectivement des dialogues, respectivement entre des lectrices et la direction ainsi qu'entre des réalisateurs d'émissions et des organisations issues de l'immigration.

Ce texte ne doit pas être perçu comme un plaidoyer sans nuance pour le modèle qui privilégie le dialogue et la délibération, ainsi que pour le modèle visant à

¹⁴ Elster, 1998: 8.

¹⁵ Glasser et Craft, 1998: 213.

¹⁶ Mouffe, 1994: 109.

rechercher des solutions. Par contre, il plaide pour une approche plus équilibrée entre l'aspect de dialogue/délibération et le débat, entre l'information sur les points de consensus et celle sur les sujets de conflit. Cela signifie, en pratique, que l'on choisit de ne présenter les faits d'actualité sous la forme de conflits que lorsque ceux-ci doivent réellement s'inscrire dans un conflit (grave). Et même dans cette situation, il convient de se montrer suffisamment attentif à la résolution du conflit et à rendre compte de la diversité des opinions, sans polariser les positions (comme on le plaide dans le cadre du 'peace journalism').

Ces notions de dialogue/délibération et de débat sont ensuite appliquées à deux composantes de base de l'identité professionnelle des médias – à savoir la recherche d'équilibre (dimension 9) et la neutralité (dimension 10) – ce qui permet de réarticuler ces composantes de manière à ce qu'elles puissent mieux soutenir la délibération, le dialogue et le débat de société. La neuvième dimension plaide pour l'introduction d'un équilibre qui porte sur les arguments (plutôt qu'un équilibre entre des personnes ou des partis). Cette dimension est tributaire d'une conception de la délibération dans laquelle ce sont les arguments (et non les personnes) qui occupent une position centrale. Il est important, à cet égard, d'être attentif à la diversité sociale des discours et des arguments ainsi qu'au contexte dans lequel ceux-ci doivent être situés.

La dixième dimension porte précisément sur ce contexte idéologique. Certaines voix affirment, surtout au sein de courants qui évoluent autour du 'public journalism' et du 'development journalism', que la neutralité journalistique ne s'applique pas dans des situations où sont menacées des valeurs jugées universelles. Seul un nombre limité de valeurs universelles (telles que définies par l'occident) sont considérées dans ce contexte: la démocratie (et la lutte contre la dictature et la tyrannie), la paix (et l'opposition à la guerre et à la violence), la liberté (et l'opposition aux violations des droits de l'homme), l'égalité (et la lutte contre les discriminations) et la justice (et l'opposition contre l'oppression et l'injustice sociale).



Pôle 4: Fonction participative

Dans l'approche axée sur la participation (au sens strict), l'accès des non professionnels aux médias est perçu comme un rapport de force, souvent déséquilibré, par rapport à la position des professionnels des médias. Ce déséquilibre n'empêche pas une conception mobile et multi-directionnelle de ces rapports de force; ce qui revient à dire que personne n'est jamais tout à fait impuissant et qu'il est toujours possible de s'opposer à ce déséquilibre des relations de pouvoir. En effet, les rapports de force sont des relations bidirectionnelles, même si le pouvoir d'un protagoniste est très limité par rapport à celui d'un autre¹⁷. Les questions que cela pose aux médias sont relativement simples: qui est autorisé à prendre quelles décisions et dans quelle mesure les autres parties concernées ont-elles voix au chapitre par rapport à ces décisions? Pour pouvoir répondre à ces questions, il faut commencer par établir une distinction entre la participation au contenu et la participation structurelle.

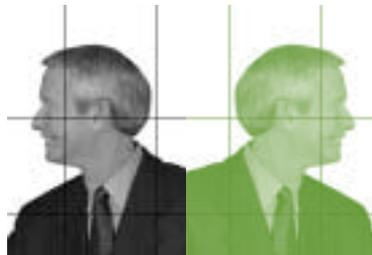
D'une part, la participation peut être perçue en fonction du contenu qui est produit (dimension 11); ce qui revient à se focaliser sur le produit médiatique. Plusieurs questions pertinentes peuvent dès lors être posées. Dans quelle mesure les citoyens peuvent-ils participer au processus de production? Autrement dit, quels sont les rapports de force entre les professionnels des médias et les membres du "public" dans ce processus de production? Dans quelle mesure et de quelle manière ces citoyens peuvent-ils être présents dans le produit proprement dit? En effet, lorsque de telles formes de participation citoyenne deviennent visibles, elles favorisent aussi des représentations actives de citoyens ainsi que leur présence dans la sphère publique.

¹⁷ Said, 1995: 12.

¹⁸ Cette conception du pouvoir repose sur l'analyse de Foucault (voir Foucault, 1984).

Comme l'illustre le projet britannique d'émission de télévision et de site Internet 'Video Nation'¹⁹, il est effectivement possible de réduire les entraves à la participation, si les professionnels des médias concernés adoptent une attitude ouverte, loyale, respectueuse, participative et attentive au processus, à partir d'une analyse approfondie des rapports de force et des déséquilibres de pouvoir. Plusieurs projets de médias réalisés dans le cadre de la campagne 'Médias et Citoyens' peuvent se situer dans cette dimension: ceux des télévisions locales (*TV-Limburg*, *No Télé* et *Antenne Centre*) et de leur fédération francophone (la Fédération des Télévisions locales), les trois projets qui se sont déroulés en milieu scolaire (*Le Soir/Spirou*, *Sud Presse* et *La Libre Belgique*), le projet 'Mediacircus' de l'agence alternative de presse Indymedia et les 'D-files' du magazine électronique Divazine.

D'autre part, l'accent peut aussi être mis sur la **participation structurelle** (dimension 12); ce qui a pour effet d'axer la réflexion sur le média et sa politique. Dès lors, l'enjeu porte davantage sur les relations de pouvoir dans le processus décisionnel des médias et sur l'implication de membres du public dans la programmation, les choix stratégiques et l'administration²⁰. La logique sous-jacente est que les principes démocratiques doivent également être mis en oeuvre dans les microsphères des différentes organisations, y compris celles des médias. Cette forme de participation permet aux citoyens d'être actifs au sein de l'une des nombreuses microsphères dans laquelle sont prises les décisions, qui peuvent exercer une influence essentielle sur leur existence et qui concernent leur vie quotidienne. Mais en raison de son caractère radical, cette forme de participation est aussi une des plus difficiles à concrétiser. Certains projets ont néanmoins testé des variantes douces de la participation structurelle. Ceux de Belga, de *TV-Brussel* et du service de l'égalité des chances de la VRT ont tenté d'améliorer l'accès de citoyens (d'origine étrangère) aux médias, ce qui est une des conditions qui permet la participation structurelle. 'Mediacircus' d'Indymedia, 'Informer, s'informer' de *Télévesdre* et le cadre d'apprentissage de l'IPV visaient (chacun à leur manière) à la fois à stimuler la discussion sur le média et à améliorer les connaissances sur le fonctionnement de ce média; ce qui relève également des conditions qui rendent possible la participation structurelle.



Les douze dimensions en une seule typologie

Lorsque ces différentes dimensions sont réunies en un schéma unique, cela donne le tableau qui suit. Il convient cependant de répéter une fois encore que cette typologie s'appuie sur un plaidoyer pour un rééquilibrage des choix actuels, et non pas pour un choix radical en faveur de l'un des deux côtés du modèle.

Autrement dit, la situation qu'il faut privilégier du point de vue de la démocratisation des, et par les, médias ne se trouve pas d'un seul côté de la typologie, mais résulte d'une mise en balance complexe des différents éléments de cette typologie, en veillant à inclure dans l'analyse tout le système des grands médias généralistes. En effet, il est quasiment irréalisable d'intégrer les douze dimensions dans un seul produit médiatique. L'ambition de cette typologie est bien plus de proposer un aperçu des possibilités et même une sorte de menu dans lequel chacun pourra faire son choix à la carte mais toujours à bon escient.

¹⁹ Voir Carpentier, 2003.

²⁰ On peut signaler, à cet égard, la définition de la participation donnée par Prehn 'involving people directly in station programming, administration and policy activities' (Prehn, 1991: 259).

Typologie de pratiques favorisant la participation citoyenne



Pôle 1: Information et contrôle

- Dimension 1:** Informations compréhensibles et accessibles
- Dimension 2:** Informations favorisant l'(inter)action sociale
- Dimension 3:** Informations positives
- Dimension 4:** Informations de nature structurelle
- Dimension 5:** Informations critiques (fonction de contrôle au sens strict)

Pôle 2: Représentation des communautés et des sous-groupes constitutifs de la société

- Dimension 6:** Orientation sur le public et sur la communauté
- Public actif
 - Public différencié
 - Possibilité de forums directs (fonction de forum direct)
 - Ancrage dans la communauté
 - Renforcement des membres de la communauté comme acteurs concernés ('stakeholders')
- Dimension 7:** Représentation pluriforme des catégories sociales

Pôle 3: Représentation du politique

- Dimension 8:** Orientation sur un processus décisionnel politique au sens large et décentralisé (c-à-d auquel participe la société dans son ensemble)
- Approche "recherche de solutions" si possible et approche "conflictuelle" si nécessaire
 - Approche "dialogue / délibération" si possible et approche "débat" si nécessaire
- Dimension 9:** Equilibre argumentatif (fonction de forum indirect ou fonction de contrôle au sens large)
- Dimension 10:** Défense de valeurs jugées universelles

Pôle 4: Fonction participative

- Dimension 11:** Participation au contenu des médias
- Dimension 12:** Participation structurelle

Aucun souci de compréhensibilité et d'accessibilité

Pas d'informations favorisant l'(inter)action sociale

Informations négatives

Informations personnalisées

Pas d'informations critiques

Orientation sur les médias

- Public passif
- Public unidimensionnel perçu comme un agrégat ou une masse indistincte
- Pas de possibilité de forums directs
- Distance
- Orientation sur les élites

Représentation stéréotypée des catégories sociales

Conception politique au sens strict et centralisée du processus décisionnel, exercé par une élite politique

- Approche conflictuelle
- Approche axée sur le débat

Equilibre au niveau des partis ou des personnes, ou carrément déséquilibre

Neutralité absolue ou pas de neutralité

Aucun intérêt pour la participation du public au contenu des médias et pour les équilibres de pouvoir
Aucun intérêt pour des formes de participation structurelle



Partie 2: La participation aux médias

La participation est au cœur d'une partie importante des projets 'Médias et Citoyens'. L'introduction a distingué quatre catégories de projets. L'une d'elles a explicitement pour objectif de stimuler la participation aux médias. Les trois autres catégories - qui ont trait respectivement à l'émancipation, l'éducation et la notion de 'service' - entretiennent un lien plus implicite avec ce concept de participation. Elles jouent, en partie, sur les conditions qui rendent possible la participation. La complexité du concept de participation, ainsi que la place importante qu'il prend dans ce projet, nous conduisent à ouvrir une discussion plus fondamentale sur ce thème.

Dans le contexte médiatique que nous intéressent, la participation peut se targuer d'une longue histoire, depuis les théories de Bertholt Brecht²¹ jusqu'aux débats internationaux à l'Unesco et à la naissance des 'radios libres' ou plutôt des radios communautaires. La participation est un concept qui ne se limite pas à la sphère médiatique, mais qui est également présent dans de nombreux autres domaines de la vie sociale. Dans la sphère politique, par exemple, la participation est l'une des composantes de base de la démocratie, à côté de la représentation ou la délégation. On plaide de plus en plus pour que des citoyens et des organisations civiles soient davantage intégrés dans le fonctionnement politique afin de combler, de cette manière, ce qu'il est convenu d'appeler le 'fossé entre le citoyen et la politique'²². Pris dans un sens plus large, de tels plaidoyers reconnaissent aussi l'importance (politique) de toute une série de processus décisionnels extérieurs au système politique restreint, comme ceux qui existent dans les organisations de la société civile ou même au sein de la famille.

Le plaidoyer en faveur d'une plus large participation dans d'autres systèmes (re)gagne lui aussi en importance. Dans le domaine économique, la participation des travailleurs a déjà derrière elle une longue histoire. La signification qu'elle revêt varie d'une prise de participation dans l'actionnariat, à un droit de co-décision dans les structures de concertation socio-économiques. Plus récemment, ce concept a également fait son entrée dans le monde culturel. C'est ainsi que la notion de participation à la culture a pris une place de premier plan dans la politique culturelle flamande, au point que "l'accroissement et l'extension de la participation à la culture"²³ ont été promues au rang d'objectifs de base de cette politique culturelle.

Mais dans ces différents contextes, la participation prend chaque fois un autre sens; ce qui complique sensiblement la discussion sur la participation aux médias. Comme le fait remarquer Carole Pateman²⁴: "the widespread use of the term [...] has tended to mean that any precise, meaningful content has almost disappeared; "participation" is used to refer to a wide variety of different situations by different people."

Cette diversité de significations nous oblige à une réflexion, qui se base sur l'idée que la signification de la participation est l'objet – et parfois la victime, si l'on veut – d'un conflit idéologique. Autrement dit, la participation n'est pas un projet neutre, mais est liée dans une certaine mesure à une série de modèles idéologiques de base, qui lui donnent chacun une signification spécifique. Des modèles plus élitistes considèrent par exemple qu'au bout du compte, la participation est souvent inutile, voire dangereuse et perverse, parce que la compétence et l'efficacité doivent l'emporter sur des concepts tels que l'ancrage social et le partage de pouvoir. Cela ne signifie pas pour autant que la participation soit entièrement perdue de vue, mais bien qu'on lui donne une signification minimaliste. À l'autre extrême de ce spectre idéologique, il y a des modèles radicaux de démocratie de base, qui subordonnent l'efficacité au partage du pouvoir. La participation prend alors une signification maximaliste. L'une des leçons qui doivent être tirées de la typologie, construite et décrite ci-dessus, est qu'il ne faut pas nécessairement effectuer un choix définitif entre ces prises de position

²¹ Brecht (1967) y développe l'idée que la radio permet aux hommes d'être non seulement récepteurs mais aussi diffuseurs.

²² Cette expression est extrêmement problématique, étant donné qu'elle réduit la question de la participation aux relations entre des citoyens individuels et l'état. C'est pourquoi nous ne l'utilisons ici qu'à titre purement illustratif.

²³ Ministre flamand de la culture, 2000: 8.

²⁴ Pateman, 1972: 1.

idéologiques, mais que l'ensemble de ce spectre peut nous apporter un grand nombre d'enseignements sur la participation. Cela signifie aussi que la participation est bel et bien considérée ici comme un concept doté d'une certaine valeur, sans vouloir tomber dans un dogmatisme aveugle ou sous-estimer l'importance des positions d'expert et de l'efficacité.



Pour pouvoir se servir utilement de ce concept dans le contexte des médias de masse, il reste cependant indispensable de tenter d'interpréter et de fixer ces différentes significations de la participation. On peut faire appel pour cela à une série de modèles théoriques: les uns ont été élaborés dans le cadre de la réflexion sur les médias traditionnels (c'est surtout le domaine de la communication participative qui s'est avéré utile à cet égard); les autres sont nés de la réflexion sur les nouveaux médias et les TIC²⁵. On ne cherchera pas à choisir le 'meilleur' modèle ou 'le plus complet', mais chaque modèle sera analysé en fonction des significations qu'il attribue à trois concepts: l'**accès**, l'**interaction** et la **participation**. Le résultat de cette discussion est un modèle qui a reçu le nom de **modèle AIP**. Il fait clairement apparaître la distinction entre ces trois concepts liés (et souvent confondus), en délimitant bien leur signification respective.

L'accès dans la théorie des médias traditionnels

Le débat sur la participation dans les médias traditionnels permet d'opérer une première distinction. On y souligne souvent la différence entre accès et participation. Les débats de l'Unesco²⁶ sur le 'Nouvel Ordre mondial en matière d'Information et de Communication'²⁷ et le 'Nouvel Ordre économique mondial' contiennent des définitions explicites des concepts d'accès, de participation et d'autogestion. L'accès est défini de la sorte: "Access refers to the use of media for public service. It may be defined in terms of the opportunities available to the public to choose varied and relevant programs and to have a means of feedback to transmit its reactions and demands to production organisations."²⁸

Une telle définition souligne l'importance de l'utilisation des médias. Elle met aussi fortement l'accent sur la variété et la pertinence du contenu. La perspective qui est adoptée est donc clairement axée sur la réception (et non sur la production): l'accès est défini comme l'accès d'un public à un contenu déjà produit par les médias. Par analogie avec les modèles classiques de communication, un feedback est cependant mis en place de manière à ce que des membres du public puissent informer les médias de leurs réactions et de leurs souhaits.

Cette approche unilatérale demande à être complétée. En effet, d'autres auteurs ajoutent à cette perspective, axée sur la réception, une perspective davantage orientée sur la production. Peter Lewis en est un exemple. Il définit l'accès comme "the processes that permit users to provide relatively open and unedited input to the mass media"²⁹. Ces deux approches nous servent de premiers éléments pour le modèle, que nous voulons construire ici, et sont reprises dans un premier schéma partiel.

Tableau I: L'accès dans la théorie des médias traditionnels

| Production | Réception |
|---|--|
| <p>Accès à l'organisation productrice de contenu</p> <p>▶ Possibilité de produire et de faire enregistrer un contenu.</p> | <p>Accès au contenu jugé pertinent</p> <p>▶ Possibilité de recevoir et d'interpréter un contenu.</p> |

²⁵ Cette abréviation désigne les technologies de l'information et de la communication.

²⁶ On peut en trouver un écho dans le rapport de la réunion de Belgrade de 1977, reproduit par Servaes (1999: 85). Berrigan (1977; 1979) et Lewis (1993) commentent également ces définitions.

²⁷ Parfois appelé aussi 'Nouvel Ordre International d'Information' (NOII).

²⁸ Servaes, 1999: 85.

²⁹ Lewis, 1993: 12.

L'accès dans la théorie des nouveaux médias

Le concept d'accès joue également un rôle important dans la théorie des nouveaux médias étant donné la position centrale qu'il occupe dans le discours sur le 'clivage numérique'. Ce discours s'appuie sur les "différences d'accès et d'utilisation d'Internet selon le sexe, le revenu, l'origine ethnique et la situation géographique"³⁰. En résumé, il est basé sur trois éléments, à savoir:

1. L'importance de l'accès à des serveurs en ligne,
2. dont l'utilisation entraînera un accroissement de l'information, des connaissances, de la communication ou d'autres avantages,
3. dont l'importance est jugée telle, dans la vie sociale, que le fait de ne pas y avoir accès (et "l'analphabétisme informatique" qui en résulte) risque au bout du compte de créer ou de perpétuer une société duale.

Cette conception de l'accès, qui met fortement l'accent sur la possession d'outils technologiques, peut être synthétisée sous forme de tableau. Nous faisons cependant une distinction (provisoire) entre l'information et la communication. Cette différenciation est ancrée dans le débat traditionnel sur les TIC.

Tableau 2: L'accès dans la réflexion sur le clivage numérique

| Production | Réception |
|---|--|
| <i>Accès à la technologie et à l'information</i> | |
| ▶ Possession de technologie pour produire et mettre en ligne un contenu | ▶ Possession de technologie pour recevoir un contenu |
| <i>Accès à la technologie et à la communication</i> | |
| ▶ Possession de technologie pour communiquer | ▶ Possession de la technologie pour communiquer |

Les critiques de ce discours sont importantes pour la discussion sur la signification de cet accès. L'une des principales d'entre elles³¹ porte sur le caractère multidimensionnel de l'accès. Cette critique pointe le fait que, dans le discours sur le clivage numérique, l'accès est envisagé sous un angle purement physique. Autrement dit, l'accès est assimilé au fait de posséder un ordinateur avec connexion Internet. Les approches critiques ajoutent des éléments qui ne peuvent pas être dissociés de l'accès (mais qui ne sont pas repris dans le discours sur le clivage numérique): d'une part, elles soulignent l'importance des compétences nécessaires pour utiliser la technologie; d'autre part, on voit réapparaître ici, comme dans la discussion sur la théorie des médias traditionnels, la question de la pertinence du contenu. Tout ceci permet de dépasser la notion relativement vague et indéterminée de 'l'utilisation de la technologie'. Ceci donne le schéma suivant:



³⁰ Rice, 2002: 106.

³¹ Pour une discussion des autres champs de la critique, voir la publication précédente 'Beelden van diversiteit.Toegang, interactie en participatie in de "on-line video community Video Nation"' (Carpentier, 2003).

Tableau 3: Intégration des critiques sur le clivage numérique

| Production | Réception |
|---|--|
| <i>Accès à la technologie</i> | |
| <ul style="list-style-type: none"> ▶ Possession de technologie pour produire et mettre en ligne un contenu ▶ Possession de technologie pour communiquer | <ul style="list-style-type: none"> ▶ Possession de technologie pour recevoir un contenu ▶ Possession de technologie pour communiquer |
| <i>Accès à un contenu jugé pertinent</i> | |
| <ul style="list-style-type: none"> ▶ Possibilité et compétences pour produire et mettre en ligne un contenu | <ul style="list-style-type: none"> ▶ Possibilité et compétences pour recevoir et interpréter un contenu jugé pertinent |

Participation

Cette discussion sur l'accès est importante parce qu'elle permet de le distinguer de la participation. Mais l'accès joue également un rôle important dans le contexte de la participation: il constitue une première condition de celle-ci. Sans accès, aucune participation n'est possible. En revenant à la théorie des médias traditionnels et au débat de l'Unesco sur l'accès et la participation, on retrouve la définition suivante de la participation et de l'autogestion: "Participation implies a higher level of public involvement in communication systems. It includes the involvement of the public in the production process and also in the management and planning of communication systems. Participation may be no more than representation and consultation of the public in decision making. On the other hand, self-management is the most advanced form of participation. In this case, the public exercises the power of decision making within communication enterprises and is also fully involved in the formulation of communication policies and plans."³²

Cette définition est, à nouveau, assez vague. Elle soulève la question de la spécificité de la participation. Pour tenter d'y répondre, nous pouvons tout d'abord nous tourner vers des approches inspirées des sciences politiques. Pateman propose une piste de clarification, dans son ouvrage de 1972 'Democratic theory and participation'. Elle propose une distinction entre la participation partielle et complète, en se basant sur la différence entre l'influence et le pouvoir. Pateman définit la participation partielle comme suit: "[partial participation is] a process in which two or more parties influence each other in the making of decisions but the final power to decide rests with one party only."³³

Par contre, la participation complète est: "a process where each individual member of a decision-making body has equal power to determine the outcome of decisions."³⁴

D'autres auteurs distinguent plutôt le caractère authentique, ou non, de la participation. Verba³⁵, par exemple, fait observer qu'il existe une pseudo-participation, dans laquelle l'accent n'est pas mis sur la création d'une situation qui rend réellement possible la participation, mais sur la création du sentiment que la participation est possible: "participation has become a technique of persuasion rather than of decision". Une autre dénomination de ce phénomène, utilisée entre autres par Strauss³⁶, est celle de 'manipulative participation'³⁷.

Une distinction similaire est également utilisée dans le domaine de la communication participative. White mentionne par exemple un article de Deshler et Sock de 1985, qui ont analysé l'utilisation d'une série de concepts de base dans les ouvrages consacrés au développement et à la participation. Eux aussi mettent en exergue la différence entre la pseudo-participation et la participation authentique. C'est à nouveau l'élément de l'équilibre du pouvoir qui est déterminant pour distinguer ces deux notions: "People's participation in development in which the control of the project and the decision-making power rests with the planners,

³² Servaes, 1999: 85.

³⁴ Pateman, 1972: 71.

³⁷ Un célèbre slogan, qui serait apparu pour la première fois dans les années 70 sur un mur de Paris, est une autre illustration de l'opposition entre participation authentique et fausse: 'Je participe, tu participes, il participe, nous participons, vous participez, ils profitent.' (Verba e.a., 1987: 0).

³³ Pateman, 1972: 70.

³⁵ Verba, 1961: 220-221.

³⁶ Strauss, 1998: 18.

administrators, and the community's elite is pseudo-participation. [...] When the development bureaucracy, the local elite, and the people are working cooperatively throughout the decision-making process and when the people are empowered to control the action to be taken, only then can there be genuine participation."³⁸

Sur la même page, White explicite l'importance du pouvoir: "it appears that power and control are pivotal subconcepts which contribute to both understanding the diversity of expectations and anticipated out-comes of people's participation."³⁹

Une première synthèse

Les débats de l'Unesco, dont nous avons rendu compte ci-dessus, complétés par la notion de l'accès dans la théorie des nouveaux médias, permettent de générer le tableau synthétique proposé ci-dessous. A l'intérieur du couple production/réception, le modèle emprunte d'abord à la théorie des médias traditionnels les concepts d'accès et de participation. Deux aspects de l'accès sont importants à ce niveau: l'accès au média, c'est-à-dire à l'organisation productrice de contenu, pour pouvoir contribuer soi-même à la production d'un contenu, et l'accès à un contenu jugé pertinent. La participation est ici étroitement liée au pouvoir, ce qui apparaît explicitement dans l'importance accordée à la co-décision, aussi bien à propos d'un contenu (spécifique) que sur la stratégie (générale) d'un média.

Les deux concepts sont complétés par l'approche multi-dimensionnelle de l'accès, basée en partie sur une critique à l'égard du discours relatif au clivage numérique. Ceci permet aussi d'inclure dans ce modèle l'importance de la possession de la technologie (aussi bien pour produire un contenu, que pour en recevoir un), de la maîtrise des compétences pour utiliser cette technologie et de la pertinence du contenu.

Tableau 4: Accès et participation dans la théorie des médias traditionnels et nouveaux

| Production | Réception |
|---|---|
| <i>Accès à la technologie</i> | |
| ▶ Possession de technologie pour communiquer, produire et diffuser un contenu | ▶ Possession de technologie pour communiquer et pour recevoir un contenu jugé pertinent |
| <i>Accès à un contenu jugé pertinent</i> | |
| | 2 ▶ Possibilité et compétences pour recevoir et interpréter un contenu jugé pertinent |
| <i>Accès à l'organisation productrice de contenu</i> | |
| ▶ Possibilité et compétences pour produire et diffuser un contenu | 2 ▶ Donner un feed-back |
| <i>Participation au contenu qui est produit</i> | |
| ▶ Etre associé à la décision sur le contenu | 3 ▶ Evaluer le contenu |
| <i>Participation à l'organisation productrice de contenu</i> | |
| ▶ Etre associé aux décisions stratégiques | 3 |

Lorsque l'on compare ce tableau avec les différents projets 'Médias et Citoyens', on s'aperçoit qu'une partie d'entre eux correspondent effectivement à l'une des cases du tableau. Des projets éducatifs, comme l'environnement d'apprentissage en ligne de l'IPV⁴⁰, les projets en milieu scolaire (*Le Soir/Spirou* et *Sud Presse*), ainsi que le 'Mediacircus' d'Indymedia, visent à transmettre à leur public cible respectif les compétences nécessaires pour pouvoir mieux interpréter les contenus médiatiques; ce qui améliore aussi leur accès à un contenu jugé pertinent. Les projets de stage de *TV-Brussel* et *Belga* (et dans une moindre mesure les journées de rencontre de la *VRT*) ont pour but de permettre à des personnes d'origine étrangère – même s'il s'agit de futurs professionnels des médias – d'avoir accès à des organisations productrices de contenu. En troisième lieu, des projets à dimension fortement participative (comme les projets scolaires des partenaires *Le Soir* et *Spirou*, de *Sud Presse* et de *La Libre Belgique*⁴¹, le 'Mediacircus' d'Indymedia, 'Lekkere Letters' du *Het Belang Van Limburg* et les projets de médias régionaux tels que *TV Limburg*, *Antenne Centre*, *No Télé* et -dans un sens élargi- de la Fédération des Télévisions locales) ouvrent d'abord un accès à des organisations productrices de contenu. Ils associent ensuite les participants aux décisions sur le contenu qui est produit. Mais cette discussion fait également apparaître qu'une série d'autres projets ne peuvent pas encore s'insérer dans ce modèle. La raison en est simple: l'absence d'un troisième concept, qui est celui de l'interaction.

L'interaction et la théorie des nouveaux médias



Malgré ces premières délimitations, le modèle n'est pas encore complet: en effet, tant l'accès que la participation recouvrent encore de nombreuses significations. Le fait que le débat sur la participation mette, exclusivement, l'accent sur les équilibres de pouvoir dans les processus décisionnels a pour inconvénient de réduire à ces mêmes processus décisionnels toute la complexité de l'action sociale. L'accès est, lui aussi, lourdement chargé de significations. Ainsi, la simple réception d'un contenu est combinée, dans la même cellule du tableau, avec l'interprétation effective de ce contenu, alors qu'il s'agit de processus très différents. Pour affiner quelque peu ces deux concepts, il faut donc en introduire un troisième, à savoir l'interaction. Nous revenons pour ce faire à la théorie des nouveaux médias.

Dans cette théorie des nouveaux médias, l'utilisation du concept de participation a été repoussée dans une large mesure à l'arrière-plan⁴², alors qu'au contraire l'interaction et l'interactivité étaient fortement mises en avant. L'une et l'autre sont considérées comme des caractéristiques essentielles des nouveaux médias. Dans le même temps, ces deux 'nouveaux' concepts sont fortement critiqués, précisément parce qu'ils ne sont pas neufs et parce qu'ils sont, encore une fois, très larges. Manovich⁴³, par exemple, argumente avec conviction que les théories de la sociologie et des sciences de la communication se servent déjà depuis des dizaines d'années du concept de l'interaction. Par ailleurs, l'interaction et l'interactivité ont été investies d'un nombre tellement grand de significations que, souvent, elles ne sont pas définies ou qu'elles ne le sont que de manière minimale⁴⁴.

Les tentatives de gérer cette diversité de significations ont donné naissance à une série de catégorisations. Un premier groupe a introduit la distinction entre deux types d'interactions: celle de personne à personne et celle de personne à machine⁴⁵. D'autres, dont Szuprowicz⁴⁶, proposent une triple distinction: entre les interactions utilisateur-utilisateur, utilisateur-document et utilisateur-système. Ce sont ces subdivisions que nous pouvons reprendre ici (sous une forme légèrement adaptée) pour compléter notre modèle et décharger les concepts d'accès et de participation.

³⁸ White, 1994: 17.

³⁹ White, 1994: 17.

⁴⁰ Les forums de discussion de l'environnement d'apprentissage ont aussi une composante interactive, mais l'accent de ce projet est surtout mis sur l'éducation.

⁴¹ En utilisant un forum sur Internet, le projet de *La Libre Belgique* intègre également une composante interactive.

⁴² La réflexion sur les nouveaux médias et la démocratie (directe) fait exception. Ceci ne compense cependant pas la domination des concepts d'interaction et d'interactivité.

⁴³ Manovich, 2001: 55.

⁴⁴ McMillan, 2002: 14.

⁴⁵ Carey, 1989; Hoffman & Novak, 1996; Lee, 2000.

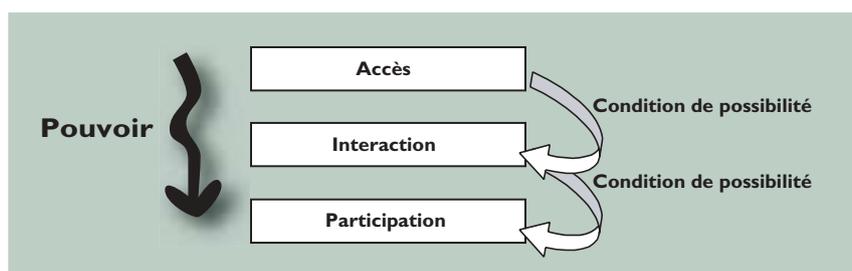
⁴⁶ Szuprowicz, 1995.

Les recherches sur l'interaction entre utilisateurs, ainsi qu'entre un utilisateur et un contenu, ont déjà une longue histoire derrière elles. Elles portent, par exemple, sur la manière dont les gens communiquent entre eux et dont un public (actif ou non) interprète des messages médiatiques et s'en sert dans le contexte de sa vie quotidienne. En dépit (ou précisément en raison) de leur absence de 'nouveau', ces formes d'interaction continuent bien entendu à apporter une contribution essentielle à la relation entre l'homme et la technologie des médias. C'est pourquoi elles doivent être explicitement reprises dans notre modèle, sous la forme d'une interaction utilisateur-utilisateur et utilisateur-contenu. Comme des membres du public entrent également en interaction avec des médias, il faut aussi mentionner explicitement l'interaction entre l'utilisateur et l'organisation productrice de contenu.

En revanche, la troisième forme d'interaction mentionnée par Szuprowicz (celle entre l'utilisateur et le système) est propre aux nouveaux médias, étant donné qu'elle se concentre sur la relation entre l'homme et l'ordinateur. Elle peut, par exemple, concerner la manipulation ou l'organisation de données, des formes de communication adaptée (où l'information proposée est adaptée aux caractéristiques des utilisateurs) ou des mondes virtuels de jeux vidéo⁴⁷. Cette forme quelque peu élargie d'interaction conduit à introduire la catégorie de l'interaction entre l'utilisateur et la technologie des médias. Du côté de la production, cette forme d'interaction implique la possibilité et les compétences pour utiliser la technologie afin de produire un contenu. Du côté de la réception, il s'agit de la possibilité et des compétences pour utiliser la technologie afin de recevoir un contenu. C'est ici aussi que l'on voit réapparaître le concept d'interactivité, dans la mesure où celui-ci est considéré comme une caractéristique de la technologie: il permet, effectivement, à un utilisateur d'influencer la forme ou le contenu de l'information qui lui est fournie⁴⁸.

Dans ces trois formes d'interaction, on peut observer des effets de pouvoir. Par exemple, l'interface d'un ordinateur n'offre pas seulement une foule de possibilités à l'utilisateur, mais peut aussi s'avérer très restrictive. C'est pour cette raison que Penny⁴⁹ utilise, par exemple, le terme 'd'interpassivité' au lieu d'interactivité. En même temps, cette dimension de pouvoir n'est pas présente de manière aussi forte et explicite que dans la participation. Cela constitue d'ailleurs le critère distinctif déterminant entre l'interaction et la participation.

D'un point de vue participatif, l'interaction est – tout comme l'accès – une condition de la participation. Cela ne signifie pas que, dans cette conception, l'interaction conduise automatiquement à la participation; bien au contraire. De nombreuses interactions ne comportent pas de moment où il faut prendre une décision et ne comportent donc aucune forme d'engagement. Les différentes formes d'interaction n'en constituent pas moins un complément important à la réflexion sur l'accès et la participation. C'est pourquoi ces trois concepts sont intégrés dans un modèle unique, qui se présente de manière rudimentaire sous la structure suivante.



En comparaison avec le tableau 4, on ajoute dans notre modèle (voir tableau 5) un niveau intermédiaire, où les différentes formes d'interaction s'insèrent entre les niveaux relatifs à l'accès (niveaux 1 & 2) et à la participation (désormais niveau 4). Grâce à cet ajout, l'accès peut être distingué de la possibilité et des compétences permettant de produire et d'interpréter un contenu. Les deux processus trouvent, à juste titre, leur place sous l'intitulé 'interaction'. Il n'empêche que l'accès à l'organisation productrice de contenu reste souvent une condition. La production d'un contenu est considérée ici comme une combinaison d'interactions entre utilisateur(s), contenu et technologie. Quant à la réception du contenu, elle est perçue comme une interaction entre utilisateur et contenu. Dans certains cas, cela peut aussi donner lieu à un dialogue (ou débat) entre utilisateurs et membres de l'organisation productrice de contenu. Tous ces processus se situent au troisième niveau du modèle.

⁴⁷ McMillan, 2002: 174-175.

⁴⁸ Jensen, 1999: 17.

⁴⁹ Penny, 1995: 54.

En même temps, l'innovation des nouveaux médias (re)met en exergue l'importance et l'action déterminante de la technologie. Dans les médias traditionnels, cette action déterminante des technologies s'est à présent largement normalisée; ce qui a conduit les théoriciens à sous-estimer (ou à juger non pertinente) la participation au développement de ces technologies. De nouvelles approches dans la réflexion sur les TIC, comme le 'participatory design' et le mouvement 'open source', théorisent aujourd'hui explicitement l'importance de la participation dans le domaine du développement de la technologie. C'est la raison pour laquelle l'interaction et la participation avec l'organisation productrice de contenu ont été explicitement reprises dans ce modèle.

Tableau 5: Accès, interaction et participation

| Production | | Réception |
|---|---|---|
| <i>Accès à la technologie des médias</i> | | |
| ▶ Possession de technologie pour communiquer, produire et diffuser un contenu | 1 | ▶ Possession de technologie pour communiquer et pour recevoir un contenu jugé pertinent |
| <i>Accès à un contenu jugé pertinent</i> | | |
| | 2 | ▶ Compétences pour recevoir et interpréter un contenu |
| <i>Accès à l'organisation productrice de contenu (et de technologie)</i> | | |
| ▶ Possibilité de diffuser un contenu produit | 2 | ▶ Donner un feed-back |
| <i>Interaction utilisateur - technologie (des médias)</i> | | |
| ▶ Possibilité et compétences pour utiliser la technologie afin de produire un contenu | 3 | ▶ Possibilité et compétences pour utiliser la technologie afin de recevoir un contenu |
| <i>Interaction utilisateur-contenu</i> | | |
| ▶ Produire un contenu | 3 | ▶ Possibilité et compétences pour interpréter un contenu |
| <i>Interaction utilisateur-utilisateur ou utilisateur-professionnel des médias</i> | | <i>Interaction utilisateur-organisation productrice de contenu(ou de technologie)</i> |
| ▶ Produire un contenu | 3 | ▶ Discussion de la forme et/ou du contenu (feed-back) |
| <i>Participation au contenu qui est produit</i> | | |
| ▶ Etre associé à la décision sur le contenu | 4 | ▶ Evaluer le contenu |
| <i>Participation à l'organisation productrice de contenu</i> | | |
| ▶ Etre associé aux décisions stratégiques | 4 | |
| <i>Participation à l'organisation productrice de technologie</i> | | |
| ▶ Etre associé aux décisions technologiques | 4 | |

Il est une nouvelle fois possible de relier à ce tableau les projets 'Médias et Citoyens'. Lorsque nous avons commenté le tableau 4, nous avons déjà considéré les projets éducatifs comme une manière d'améliorer l'accès à un contenu pertinent et les projets de stage pour personnes d'origine étrangère comme un moyen de leur permettre d'avoir accès à des organisations productrices de contenu.

Pour les projets fortement participatifs, il apparaît désormais plus clairement que cette participation s'appuie sur l'accès à l'organisation, mais aussi sur une série de processus d'interaction avec la technologie utilisée, avec d'autres participants et avec des professionnels des médias. Ces projets (*Indymedia*, *Het Belang van Limburg*, *Le Soir/Spirou*, *Sud Presse*, *La Libre Belgique*, *TV-Limburg*, *Antenne Centre*, *No Télé* et la Fédération des Télévisions locales) sont en effet (assez) attentifs à l'égalité des rapports de force entre les professionnels des médias et les participants.

D'autres projets accordent beaucoup moins d'importance à cette approche, mais se concentrent davantage sur les aspects de l'interaction qui touchent au dialogue, en rassemblant des gens et en les faisant communiquer et discuter entre eux. Le rôle du média en question consiste, alors surtout, à rendre compte de ces échanges. On peut citer comme exemples '*Stadsklap*' de *Gazet van Antwerpen*, '*Quand les jeunes s'en mêlent*' de la *RTBF Radio*, '*Jonge Stemmen*' du *Het Nieuwsblad*, les '*D-files*' de *Divazine*⁵⁰ et le projet de sécurité routière de *VRT-Radio 1*. L'initiative de *Télévedre* s'adresse, de manière très spécifique, à cette dimension de l'interaction, en organisant un dialogue entre le public et le média.

Les projets que nous avons regroupés dans la catégorie 'service' (*Le Ligueur*⁵¹, *Femmes d'Aujourd'hui*⁵² et *Bel-RTL*) adoptent eux aussi un angle participatif moins marqué, mais optent plutôt pour une approche qui facilite l'interaction. *Le Ligueur* s'intéresse à l'interaction entre parents et enfants. *Femmes d'Aujourd'hui* voit dans l'interaction sociale une réponse à la solitude et *Bel-RTL* s'efforce de faciliter l'interaction entre auditeurs, pouvoirs publics, entreprises et autres organisations.



⁵⁰ Le fait d'inviter des lectrices à écrire elles-mêmes dans les *D-files* donne à ce projet une composante participative, mais l'accent est néanmoins mis sur l'information et l'interaction.

⁵¹ *Le Ligueur* a également construit sur Internet un 'Village Citoyen', qui permet une forme d'interaction axée sur le dialogue. Cependant, l'accent de ce projet est mis sur la diffusion d'informations qui facilitent l'interaction.

⁵² Il convient toutefois de signaler, à ce sujet, que *Femmes d'Aujourd'hui* a donné l'occasion à ses lectrices de choisir elles-mêmes le thème de l'action (la solitude) au moyen d'une enquête.

Partie 3: Les restrictions à la participation

Cette discussion sur la participation et les deux éléments qui la conditionnent – l'accès et l'interaction – a surtout mis en évidence la complexité de la participation. Cette complexité fait inévitablement apparaître toute une série d'obstacles qui rendent difficile la réalisation de formes plus poussées de participation dans les grands médias généralistes.

Ces obstacles se situent sur plusieurs plans. Un certain nombre d'entre eux peuvent tout d'abord être imputés au fonctionnement des professionnels des médias, alors que d'autres sont plutôt dus au contexte dans lequel les médias opèrent. Enfin, il y a aussi certains blocages chez les participants eux-mêmes. Le point de départ de cette discussion est que, de toute façon, les grands médias généralistes impliquent déjà un déséquilibre structurel, qui permet aux professionnels des médias de se baser sur un pouvoir organisationnel et légal sensiblement plus grand que celui dont jouissent les membres du public 'invités' à participer. Bien qu'il soit possible de supprimer au moins en partie ces obstacles, ce déséquilibre structurel empêche une participation pleine et entière.

Obstacles inhérents à l'identité professionnelle

Le sens que les professionnels des médias donnent à leur identité professionnelle est un élément déterminant. Cette identité comprend quatre composantes, auxquelles correspondent chaque fois une caractéristique opposée:



1. le lien professionnel avec un organe médiatique (par opposition au statut de membre ou de représentant du public)
2. la responsabilité, la propriété psychologique, le management et le 'gate-keeping' (par opposition à la responsabilité partagée, à la propriété partagée, au partenariat et au 'gate-opening')
3. l'autonomie et l'indépendance (par opposition à la dépendance)
4. l'objectivité (par opposition à la subjectivité).

Lorsque l'identité du professionnel est proche de l'extrémité plutôt élitiste de ces couples de caractéristiques opposées, il reste peu de place pour la participation du public. Comme avec les modèles élitistes politico-démocratiques, ces professionnels sont alors des experts indépendants. Ils sont garants de la qualité, de la bonne gestion et de l'objectivité de l'information. Ils en assument aussi la responsabilité. Ce n'est que si on s'écarte de cette extrémité qu'on permet une participation de membres du public. Dès lors, l'écart entre le professionnel et le public se réduit. Des partenariats peuvent être établis avec des membres du public. Les professionnels des médias renoncent à une partie de leur indépendance et du contrôle qu'ils exercent et ils laissent s'exprimer une plus grande subjectivité.

Obstacles inhérents au contexte des médias

A cela s'ajoutent un certain nombre de facteurs non négligeables, liés au contexte, qui sont aussi susceptibles d'entraver la participation du public. Les grands médias (y compris les médias publics) fonctionnent très souvent dans un contexte commercial; ce qui entraîne non seulement des restrictions budgétaires, mais aussi une certaine dépendance par rapport à la recherche d'une audience maximale. Cette recherche peut, dans certains cas (mais pas nécessairement), entrer en conflit avec la volonté de stimuler la participation du public et la démocratisation des médias, d'autant plus que la participation du public aux produits des médias engendre des coûts qui peuvent parfois accroître sensiblement le prix de revient d'une production.

Ce contexte commercial est étroitement lié au contexte organisationnel et idéologique dans lequel opèrent les médias. Le fonctionnement interne de ceux-ci repose, en grande partie, sur une série de procédures qui

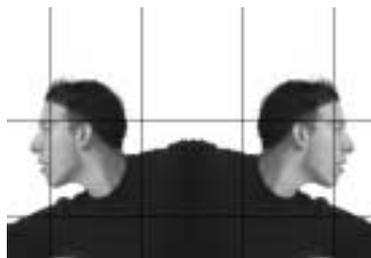
visent une efficacité maximale. Le temps devient ainsi un bien précieux. Ce n'est pas pour rien que Philip Schlesinger a qualifié cette culture interne des médias de culture 'stop-watch'⁵³. Les procédures sont souvent tellement enracinées qu'elles sont définies comme étant les seules normales et correctes; ce qui restreint fortement les possibilités de changement. On manque aussi de temps pour mener une réflexion interne. Un autre obstacle important est la focalisation sur le produit médiatique (l'émission, l'article...), qui occupe une place tellement centrale qu'on en arrive à considérer comme beaucoup moins évidentes des approches à long terme, ou axées sur un projet ou un processus, alors que ce sont précisément elles qui facilitent la participation du public.

La composante idéologique peut elle aussi soulever une série d'obstacles: non seulement elle influence la conception de l'identité du professionnel; mais la combinaison entre une vision commerciale et libérale des médias crée aussi un contexte dans lequel l'information et le divertissement sont perçus comme un bien de consommation ou un produit économique. Sans vouloir sous-estimer l'importance de la composante informative du divertissement – et de la composante divertissante de l'information – il est un fait que concevoir la production médiatique exclusivement comme une machine à informer et à divertir crée des obstacles quasiment insurmontables pour des formes plus fondamentales de participation aux médias.

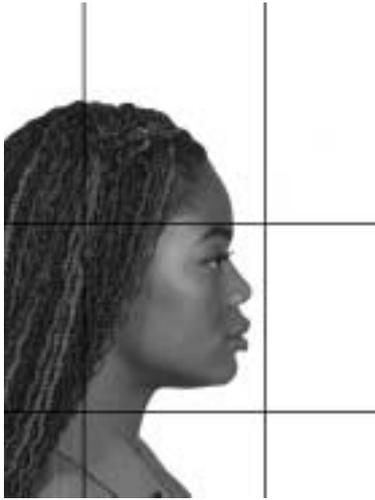
Un autre facteur restrictif est lié au contexte technologique et communicatif. La mise en pratique d'un grand nombre de technologies actuelles de l'information et de la communication privilégie encore souvent la communication unidirectionnelle. Même dans l'univers des nouveaux médias, où l'interactivité joue pourtant un rôle clé, l'intégration de formes équilibrées de communication bidirectionnelle est loin d'être une évidence. De plus, les médias donnent une forme très particulière à cette communication (unidirectionnelle), qui est dominée par les principes de rapidité et de concision. Dans le monde des 'sound-bites', il n'y a pas toujours de place pour des participants moins doués pour l'expression verbale.

En cinquième lieu, on peut observer le facteur représentatif. Les professionnels des médias se font une image bien précise du public, en négligeant souvent la complexité de celui-ci. Il est symptomatique de constater que les publics sont fréquemment perçus comme des agrégats d'individus ou des masses indifférenciées. Non seulement cette vision exclut certaines définitions du public (comme le public actif, le public organisé ou le public perçu comme une communauté), mais elle a aussi pour effet que les 'gens ordinaires' ne sont généralement sollicités que pour donner un avis ou un témoignage succinct, et rarement comme des experts qui possèdent des compétences spécifiques. On note encore une autre conséquence: en cas de participation du public, l'accent est souvent mis sur l'individualité ou la représentativité des participants. Il semble extrêmement difficile de trouver un juste milieu, entre l'expression individuelle d'expériences très subjectives et la prise de position censée refléter le point de vue de toute la population.

Enfin, il convient de distinguer le facteur historique: la participation aux médias est considérée comme une pratique qui appartient au passé et qui n'a pas réussi à se forger une place dans l'univers des grands médias de référence. Comme les pratiques participatives ont en outre été insuffisamment recensées (tant dans les médias alternatifs que dans les grands médias classiques), les enseignements organisationnels qu'on peut en retirer sont limités. Ce manque d'information nourrit, en outre, la conviction erronée selon laquelle ces pratiques participatives n'existent pas ou plus.



⁵³ Schlesinger, 1987: 83.



Obstacles inhérents au public

Il faut ajouter à ces obstacles, propres aux médias, des blocages qui sont inhérents aux participants potentiels. Certes, il est quelque peu artificiel de scinder ces deux aspects, étant donné les liens étroits qu'ils entretiennent entre eux. Mais il n'en est pas moins important d'indiquer que le système médiatique n'est pas le seul à limiter les possibilités d'une rencontre équilibrée entre professionnels et membres du public: certaines entraves sont dues aux participants eux-mêmes.

Les participants occupent une position structurellement différente. Contrairement aux professionnels, ils ne sont pas professionnellement liés à un média. Ils n'assument pas la responsabilité finale des produits médiatiques. Ils ne peuvent pas fonctionner de manière autonome (mais ils sont souvent dirigés par les professionnels concernés) et ils sont porteurs d'opinions et d'expériences subjectives.

Cette différence structurelle crée cinq obstacles majeurs. Le premier a trait à la connaissance et à l'expérience, tant sur le plan de la participation (aux médias) et de l'action démocratique qu'à celui du fonctionnement concret des médias de masse. L'entrée dans un processus participatif impose des exigences, non seulement aux professionnels des médias, mais aussi aux participants eux-mêmes. Ces derniers ne disposent pas toujours des compétences démocratiques nécessaires qui incitent, par exemple, à faire preuve de prudence quand on est amené à traiter une question qui touche à son propre intérêt. On voit parfois surgir la tentation d'utiliser le média comme un forum public ou une machine à rendre célèbre. D'autre part, les participants ne sont généralement pas familiarisés avec la technologie qui est utilisée dans les médias, ni avec les procédures, les méthodes pratiques, les restrictions légales ainsi que les codes éthiques et esthétiques. D'où la fonction essentielle de la formation dans les projets participatifs.

Mais souvent, le temps manque pour cela. Ce qui constitue un deuxième obstacle: les participants ne sont impliqués dans le processus de production que pendant une période limitée. On ne dispose pas non plus d'assez de temps pour bien les former et leur permettre de se forger une expérience suffisante des médias. Généralement, leur participation n'est que ponctuelle et l'investissement consenti pour les former perd donc rapidement son utilité. Comme en outre cette participation se limite, la plupart du temps, à quelques-unes des (dernières) phases du processus de production, un grand nombre de décisions ont déjà été prises en amont par les professionnels. Enfin, la plupart des projets participatifs exigent un lourd investissement en temps, qui d'habitude n'est que très partiellement rétribué.

Le troisième obstacle, auquel sont confrontés les participants, est d'ordre organisationnel. Contrairement aux professionnels des médias, qui peuvent s'appuyer à tout moment sur une organisation et une rédaction, les participants se retrouvent parfois entièrement isolés. Ils entrent dans des lieux qui ne sont pas les leurs. Ils y découvrent une machine de production bien huilée, qui obéit à une structure hiérarchique, avec des fonctions spécialisées et clairement délimitées. Autrement dit, ils se retrouvent alors en position 'd'amateurs' dans un univers très professionnel. Ils ne peuvent s'appuyer qu'ultérieurement sur leur réseau social ou, dans le meilleur des cas, sur d'autres participants. Pour autant que l'on puisse parler d'une compétition, celle-ci est très inégale puisque les participants ne disposent pas d'une base organisationnelle capable, le cas échéant, de les conseiller et de leur indiquer quels sont leurs droits, et encore moins de les aider à forcer une décision.

En quatrième lieu, le déséquilibre structurel de la relation exige la confiance des participants, puisqu'ils entrent dans une situation où le risque de manipulation est relativement grand. Un tel déséquilibre structurel des rapports de force rend les participants dépendants de la bonne volonté des professionnels concernés, qui doivent être prêts à partager leur pouvoir. De plus, les participants sont souvent informés (au moins en partie) du contexte dans lequel le média doit fonctionner et ont peu d'exemples de formes de participation plus forte. Il est malheureusement difficile d'affirmer que ce contexte est de nature à susciter la confiance. Si l'image que les professionnels se font de leur public peut jouer en défaveur de ce public, l'inverse est tout aussi vrai: l'image que des membres du public ont des médias et des professionnels joue en défaveur de ceux-ci. Entrer dans le monde des médias exige aussi la confiance des participants à un second niveau: du fait même de la fonction

médiatrice des médias, ils pénètrent dans une sphère publique. Or, ceci n'est pas seulement un moment de valorisation pour les citoyens concernés, mais aussi une expérience qui n'est pas dénuée de risques.

Enfin, l'intérêt constitue un dernier obstacle de taille. Il est, en effet, illusoire de s'imaginer que les non-professionnels sont par définition désireux de s'engager dans une expérience de participation aux médias. Partir d'un tel présupposé reviendrait à se faire l'image d'un public hyperactif. Le présent texte n'est pas seulement un vibrant plaidoyer en faveur d'une diversité de formes de participation aux médias, qui peuvent jouer un important rôle de facilitation: il implique aussi le respect du droit à la non-participation. Tout le monde ne désire pas (en particulier dans le contexte actuel) entrer dans le monde des médias et faire entendre sa voix dans l'une des principales sphères publiques de notre temps. La décision de ne pas le faire est sans doute un obstacle majeur à la participation, mais aussi un droit fondamental.

Conclusion

La participation est un concept indissociable d'une citoyenneté active. En lui donnant une position centrale dans la société moderne, on permet aux citoyens d'assumer effectivement ce rôle actif. Il convient cependant d'éviter deux erreurs:

1. La participation ne se situe pas uniquement au niveau du système politique, au sens restreint du terme, dans lequel elle est entravée par toute une série de freins qui empêchent fondamentalement sa réalisation à cette échelle. En effet, les solutions à la problématique de la participation à grande échelle sont quantitativement limitées et qualitativement imparfaites. Les problèmes soulevés sont suffisamment vastes pour tuer dans l'œuf toute discussion sur la participation. Par exemple, un plaidoyer pour une forme radicale de démocratie directe au niveau de toute une collectivité nationale témoignerait d'un manque de réalisme. C'est pourquoi il faut plaider pour élargir cette discussion à d'autres lieux (tels que les médias) et défendre l'idée d'une démocratisation de sphères situées à un niveau 'micro' ou à un niveau intermédiaire, où les désavantages d'échelle se posent avec beaucoup moins d'acuité. Un tel plaidoyer repose sur deux arguments: d'une part, des sphères telles que celle des médias exercent une très grande influence sur la vie quotidienne de leurs publics et ne peuvent donc pas être isolées d'autres processus de démocratisation; d'autre part, une participation à ce niveau, plus proche des gens, est une école de citoyenneté et de démocratie au niveau de l'État tout entier.
2. La participation n'est pas le seul concept clé dans ce débat sur la démocratie et la citoyenneté. Notre discussion de la typologie des pratiques renforçant la démocratie et la participation ainsi que du modèle AIP font apparaître qu'il existe, rien qu'au niveau des médias, tout un arsenal de concepts variés auxquels peuvent recourir des médias de toutes sortes pour développer la citoyenneté. Vouloir trop focaliser la réflexion sur la seule participation reviendrait à appauvrir ces concepts, tout comme le fait de considérer par définition certains médias (comme les nouveaux médias) comme des outils idéaux d'interaction et de participation. Sur un plan plus fondamental, il est important de souligner l'équilibre entre représentation et participation. Si on transfère dans d'autres lieux cette idée de représentation, cela revient à donner une importance capitale au rôle du professionnel ou du spécialiste (des médias). Mais toute la question est de savoir si son identité doit être définie de manière large ou étroite; autrement dit, si ce professionnel des médias doit exercer une fonction de 'gardien du temple' ('gate-keeper') ou au contraire 'd'ouvreur de portes' ('gate-opener'), et non pas s'il doit disparaître.

Des efforts considérables doivent être entrepris pour que puisse se poursuivre une telle évolution vers davantage d'ouverture, de démocratie et de participation. La campagne 'Médias et Citoyens' a, en tout cas, démontré qu'il était bel et bien possible de réaliser des projets participatifs dans le contexte actuel des médias. Elle constitue un premier pas qui laisse des acquis: beaucoup de bonne volonté, un capital d'expertise et une série de méthodes et d'exemples précieux. Parallèlement, cette campagne a permis de bien cerner les limitations, les difficultés et les obstacles qui doivent encore être surmontés.

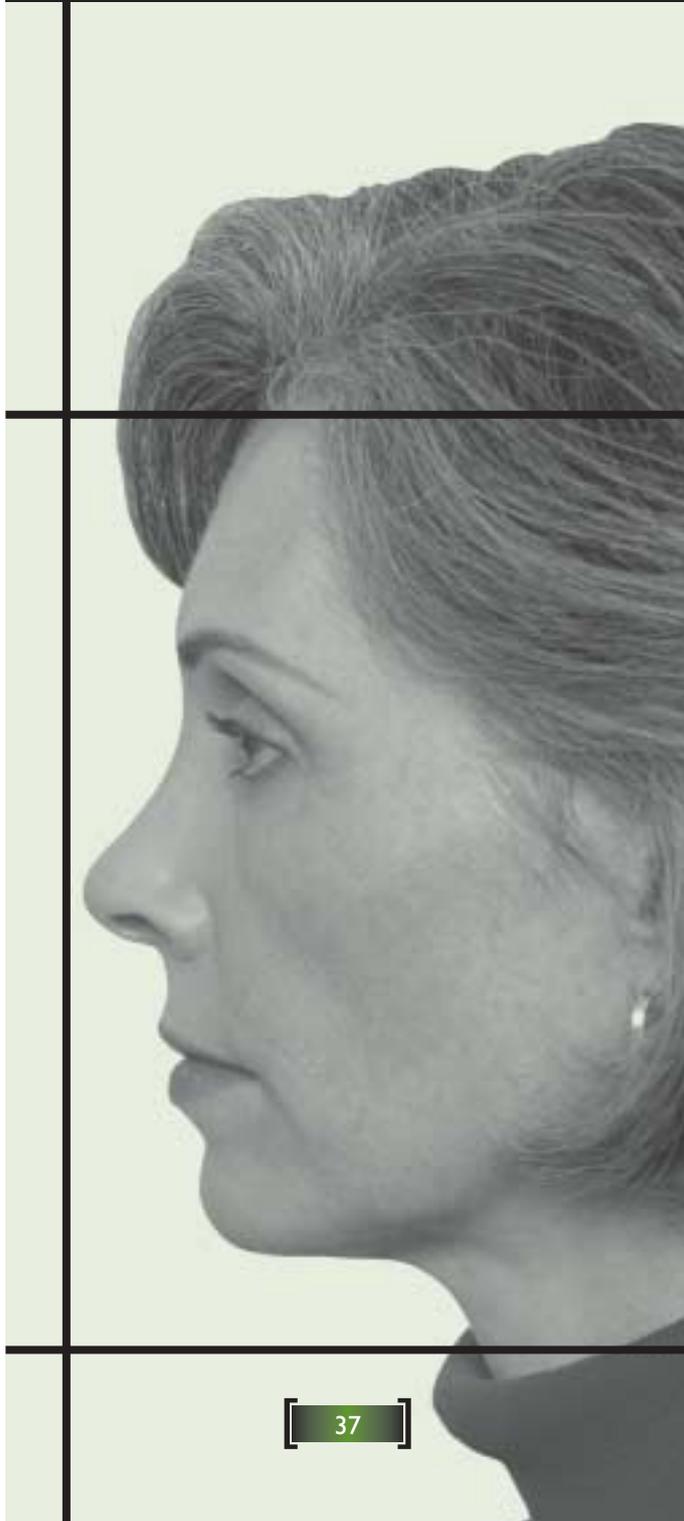
Nico Carpentier,
professeur à la KUB et à la VUB

Bibliographie

- Anderson, B. (1983) *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. London: Verso.
- Berrigan, F. (1977) *Access: some western models of community media*. Paris: Unesco.
- Berrigan, F. (1979) *Community communications. The role of community media in development*. Paris: Unesco.
- Boschman, B., Buckens, L., Rijdsdijk, L. (1996) 'De Derde Wereld in beeld. Beeldvorming als sociale constructie van de realiteit', in Servaes Jan, Rico Lie (eds) *Communicatie in sociale verandering, een culturalistisch perspectief*. Leuven: Acco, p. 155-167.
- Brecht, B. (2001) *Bertholt Brecht on film & radio*. M. Silberman (ed.) London: Methuen.
- Carey, J. (1989) *Interactive media*, in: *International encyclopedia of communications*. New York: Oxford University Press, p. 328-330.
- Carpentier, N. (1995) 'Naar een cultuurbeleid voor de private radio. Een analyse van drie vergeten knelpunten', in: *mediagids*, Deurne, Kluwer, p. carp1-carp17.
- Carpentier, N. (2003) *Beelden van diversiteit. Toegang, interactie en participatie in de 'on-line video community Video Nation'*, in Hans Waeghe, John Lievens & Rudi Laermans (ed.) *Cultuurkijker. Aanzetten voor cultuuronderzoek in Vlaanderen*. Antwerpen: De Boeck, p. 281-312.
- Carpentier, N., Grevisse, B., Harzimont M. (2002a) *Tussen woord en daad. Journalistieke praktijken die de betrokkenheid van de burger vergroten*. Brussel: Koning Boudewijn Stichting.
- Carpentier, N., Grevisse, B., Harzimont M. (2002b) *Médias et citoyens sur la même longueur d'onde. Initiatives journalistiques favorisant la participation citoyenne*. Brussel: Koning Boudewijn Stichting.
- Elster, J. (1998) *Deliberative democracy*. Cambridge, Cambridge university press.
- Fiske, J. (1993) *Power plays/power works*. London & New York: Verso.
- Foucault, M. (1984) *De wil tot weten. Geschiedenis van de seksualiteit 1*. Nijmegen: SUN.
- Glasser, T. L., Craft, S. (1998) 'Public journalism and the search for democratic ideals', in T. Liebes, Curran, James (eds) *Media, ritual and identity*. London: Routledge, p. 203-218.
- Hall, S. (1981) 'Notes on deconstructing "The popular"', in R. Samuel (ed.) *People's history and socialist theory*. London: Routledge and Kegan Paul, p. 227-240.
- Hartley, J. (1999) *Uses of television*. London: Routledge.
- Hoffman, D. & T. Novak (1996) *Marketing in hypermedia computer-mediated environments: conceptual foundations*. *Journal of marketing* 60, p. 58-60.
- Jensen, J. (1999) 'The concept of "Interactivity" in digital television', in Berco Beute, Claire Dorman, Jens F. Jensen, Henning Olesen, Michael Rose (eds) *White Paper on Interactive TV. IM Publications No. 4*. Aarhus, Denmark: Intermedia.
- Laclau, E. (1977) *Politics and ideology in Marxist theory: capitalism, facism, populism*. London: New left books.
- Lee, J-S. (2000) *Interactivity: a new approach*. Paper voorgesteld op 2000 Convention of the association for education in journalism and mass communication, Phoenix, Arizona.
- Lewis, P. (1993) *Alternative media in a contemporary social and theoretical context*, in: P. Lewis (ed.), *Alternative media: linking global and local*, Paris: Unesco, p. 15-19.
- Livingstone, S., Lunt, P. (1996) *Talk on television, audience participation and public debate*. London: Routledge.
- Manovich, L. (2001) *The language of new media*. Cambridge: MIT Press.
- Mcmillan, S. (2002) *Exploring models of interactivity from multiple research traditions: users, documents and systems*, in: L. Lievrouw & S. Livingstone (eds), *The handbook of the new media. The social shaping and consequences of ICTs*. London: Sage, p. 163-182.
- Merritt, D. (1995) *Public journalism and public life*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Mouffe, C. (1994) 'For a politics of nomadic identity' in Robertson et al. (eds) *Travellers' tales: Narratives of Home and Displacement*. Routledge: London, p. 105-113.
- Pateman, C. (1972) *Participation and democratic theory*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Penny, S. (1995) *Consumer culture and the technological imperative*, in: S. Penny (ed.), *Critical issues in electronic media*. New York: State university of New York Press, p. 47-73.
- Prehn, O. (1991) 'From small scale utopism to large scale pragmatism', in N. Jankowski, Prehn, Ole, Stappers, Jan (eds) *The people's voice. Local radio and television in Europe*. London, Paris, Rome: John Libbey, p. 247-268.
- Puissant, A. (2000) *De 'public journalism'-queste in de Verenigde Staten van Amerika*. Brussel: Koning Boudewijnstichting.
- Rice, R. (2002) *Primary issues in Internet use: access, civic and community involvement, and social interaction and expression*, in: L. Lievrouw & S. Livingstone (eds), *The handbook of the new media. The social shaping and consequences of ICTs*, London: Sage, p. 105-129.
- Said, E. (1995) *Manifestaties van de intellectueel*, Amsterdam/Antwerpen: Atlas.
- Schlesinger, P. (1987) *Putting 'reality' together*. London and New York: Methuen.
- Servaes, J. (1999) *Communication for development. One world, multiple cultures*. Cresskill, New Jersey: Hampton press.
- Smelik, A., Buikema, R., Meijer, M. (1999) *Effectief beeldvormen. Theorie, analyse en praktijk van beeldvormingsproceessen*. Assen: Van Gorcum.
- Strauss, G. (1998) *An overview*, in F. Heller, E. Pusic, G. Strauss & B. Wilpert (eds) *Organizational Participation: Myth and Reality*. New York: Oxford University Press, p. 8-39.
- Szuprowicz, B. (1995) *Multimedia networking*. New York: McGraw-Hill.
- Verba, S. & N. Nie (1987) *Participation in America: Political Democracy & Social Equality*. Chicago: University of Chicago Press.
- Verba, S. (1961) *Small groups and political behaviour*. Princeton: Princeton University Press.
- Vlaams minister van cultuur, jeugd, stedelijk beleid, huisvesting en Brusselse aangelegenheden (1999) *Beleidsnota Cultuur 2000-2004*. Brussel: Vlaamse Regering. Gedownload op 1 november 2002 van <http://www2.vlaanderen.be/ned/sites/regering/beleidsnota/cultuur.pdf>.
- Wasko, J., Mosco, V. (1992) *Democratic communications in the information age*. Toronto & Norwood, NJ: Garamond Press & Ablex.
- White, S. (1994) *Participatory communication: working for change and development*. Beverly Hills: Sage.

**PARTIE 2 : PRÉSENTATION DES 11 PROJETS
SOUTENUS EN COMMUNAUTÉ FRANÇAISE**

Benoît Grevisse



Les membres du jury 'Médias et Citoyens' chargé de la sélection des projets en Communauté française:

Président :

Benoît Grevisse, professeur au Département de Communication de l'Observatoire du Récit médiatique de l'UCL

Nico Carpentier, professeur à la KUB et à la VUB

Jean-François Dumont, rédacteur en chef adjoint de l'hebdomadaire Le Vif-L'Express

Thierry Dupiereux, chef de l'information à Bel-RTL

Carine Galant, research manager à TNS Media

Jean-Jacques Jaspers, chargé de cours en journalisme à l'ULB

Marc Oschinsky, journaliste indépendant

Description du projet

Le magazine 'Profils' préexistait à l'appel de la Fondation Roi Baudouin. Produit par la Fédération des Télévisions Locales, il est donc diffusé sur l'ensemble du réseau des douze télévisions locales. Le projet proposé à la Fondation consistait à créer une rédaction participative, constituée à la fois de journalistes et de citoyens. Ceux-ci étaient perçus comme des porte-parole. Plus précisément, il s'agissait de concevoir et de réaliser une série d'émissions spéciales, construites à partir des préoccupations du public cible. Ce sont les points de vue et les questionnements des personnes en recherche d'emploi, ou en formation d'insertion, qui devaient constituer le moteur de la démarche rédactionnelle. Selon l'expression de l'équipe qui a porté ce projet, il s'agissait de situer la démarche journalistique "au plus près des situations vécues au quotidien".

Après une phase de formation spécifique des journalistes impliqués dans le projet, l'équipe s'est mise à la recherche de ces porte-parole, par le biais de relais associatifs ou même institutionnels. De ce travail est sortie une rédaction constituée. Elle était composée de quatre citoyens porte-parole et de cinq journalistes.

L'accompagnement méthodologique a été pris en charge par des formateurs de terrain de l'asbl RTA.



Deux journées de travail ont alors été organisées. Dans un premier temps, il s'agissait de former les porte-parole à la logique médiatique. Dans un second temps, la rédaction a procédé à un échange critique sur les pratiques journalistiques.

Le travail rédactionnel s'est alors mis en place, au travers d'une série de réunions de rédaction, pour déboucher sur le choix et la définition des deux premières thématiques. La première, consacrée aux statuts précaires, est issue des situations vécues par les personnes sous contrat "article 60". La deuxième thématique a pris corps sous la forme d'une réflexion sur les thèmes du travail et de l'activité.

Les participants ont alors été impliqués activement dans le processus de production de ces deux émissions. Elles ont été respectivement diffusées en janvier et février 2003.

Par la suite, la rédaction s'est ouverte à de nouveaux membres. Trois personnes ont ainsi rejoint le groupe pour travailler sur la troisième émission de la série. Elle était consacrée au thème de la confiance, en tant que compétence pour l'emploi. Cette émission a été diffusée en avril 2003.

Ce processus a connu des prolongements, au-delà du seul projet mis en place avec l'aide de la Fondation Roi Baudouin. Le Forem s'est montré intéressé par la démarche. Il a proposé de constituer un groupe de demandeurs d'emploi, issus d'un atelier de recherche active d'emploi. Ce groupe a été à l'origine d'une quatrième émission, diffusée en mai 2003.

Enfin, dans une sorte de retour sur le projet, l'équipe a réalisé une émission proposant le récit et le bilan de l'expérience. Diffusée en juin 2003, cette émission rassembla tous les acteurs impliqués activement dans ce projet.

Dimensions de participation citoyenne

C'est la dimension de **participation des citoyens au processus de production médiatique** qui a évidemment été mise en avant par les porteurs du projet, au moment d'évaluer celui-ci. Il est vrai que cette participation n'a rien de cosmétique. Les porte-parole ont été effectivement présents à chacune de ces étapes:

- travail rédactionnel (choix des sujets, orientations, traitement...);
- préparation des tournages;
- présence active sur les tournages;
- dérushage et préparation des montages;
- montage des sujets;
- préparation des plateaux (choix des invités, thèmes de questionnements...);
- présence lors de l'enregistrement des plateaux (en tant qu'invité ou en tant qu'observateur);
- évaluation des émissions réalisées.

Au-delà de cette participation au processus de production, on a également noté une dimension de **participation des citoyens au produit lui-même**. Les porte-parole ont tous souhaité s'impliquer personnellement dans le contenu des émissions. Ils ont notamment apporté leur témoignage dans les reportages. Ils ont participé au plateau, en tant qu'invités représentant la rédaction participative. Les porteurs du projet ont noté à quel point il paraissait évident, à ces porte-parole, que leur participation au processus impliquait leur participation au produit proprement dit.

Ce projet se caractérise par une réflexion englobante et cohérente. La participation des citoyens ne s'est pas limitée à un accès à quelques fonctions habituellement réservées. C'est une **orientation vers le public et la communauté** de tout le processus médiatique qui a prévalu au niveau de la conception du projet, de sa réalisation et de son évaluation. Cette orientation se manifeste à plusieurs niveaux.

Au travers de la participation d'individus isolés, c'est l'idée d'un **public actif**, jouant un rôle dans le fonctionnement et le produit du média, qui a servi d'axe directeur au projet.

Concrètement, cela se traduit par une fonction de **forum direct**. En permettant à des non-professionnels d'avoir accès au média, en tant qu'acteurs et producteurs, on atteint à cette dimension. Au-delà de la collaboration, s'est instauré un dialogue entre professionnels et non-professionnels. De ce point de vue, le travail en rédaction mixte semble être une réelle réussite, suffisamment rare pour être soulignée.

Par ailleurs, l'objectif de ce projet était bien de proposer des informations, en partant des préoccupations et des questionnements de personnes issues du public visé par ce type d'émission. Cette participation active transforme la représentation d'un public passif, en une communauté mise au centre du fonctionnement et du produit. Pour reprendre la typologie proposée par la méthode d'accompagnement de ces projets, on peut dès lors parler d'**ancrage de la production médiatique dans la communauté**.

L'équipe de la Fédération des Télévisions Locales a encore relevé que cette expérience avait permis au média de donner place à une **représentation pluriforme des catégories sociales**. La série d'émissions a permis la présence, à tous les niveaux, de gens ordinaires. Des personnes fragilisées étaient présentes, non pas en tant qu'objets médiatiques —celles dont on parle— mais en tant qu'acteurs: celles qui parlent, expriment leurs opinions et participent à leur mise en forme.

"Notre souci, explique l'équipe, était de montrer ces personnes impliquées activement dans la société —ce qui était le cas— en évitant les stéréotypes. Il est d'ailleurs intéressant de remarquer que les stéréotypes, véhiculés par rapport à ces publics, ont été des points de départ à notre réflexion et certains ont débouché sur des thèmes d'émissions."



Particulièrement riche, le projet de 'Profils' a également agi sur une dimension de **compréhensibilité des informations**. Les matières traitées dans ces émissions sont peu connues du grand public et particulièrement difficiles d'accès. Habitué à cette problématique, les responsables du projet ont ici tenté de faire expliquer ces notions abstraites par ceux qui les vivent concrètement. Lors de l'évaluation, ils ont estimé que ce choix avait contribué à la compréhensibilité des informations. Cette implication et cette incarnation des problématiques ont, selon eux, contribué à faire comprendre des enjeux humains, habituellement cachés derrière les dispositifs ou les mécanismes du marché de l'emploi.

"Nous avons considéré les porte-parole comme des experts dans leur domaine, expliquent encore les membres de cette équipe, et un de nos objectifs était de les aider à transmettre et à communiquer cette expertise au grand public. Il s'agissait, pour nous, de mettre nos compétences professionnelles au service de l'expertise des personnes afin de la rendre accessible au public." Cette notion de service, à laquelle recourent eux-mêmes les acteurs médiatiques professionnels, est essentielle à ce projet. C'est en se mettant au service d'un public auquel on accorde le statut d'expert, alors qu'il ne possède aucun des traits habituellement constitutifs de cette catégorie de sources ou d'acteurs médiatiques, qu'on parvient à un processus assez novateur d'**accessibilité des informations**. On s'inscrit à l'opposé d'une posture paternaliste, qui voudrait qu'on s'émeuve de l'accès —mesuré— que l'on donnerait à l'appareil médiatique. Il s'agit, ici, de comprendre l'accès dans un sens radicalement différent: ce sont ces porte-parole, acteurs occasionnels des médias, qui donnent un accès au public, comme aux journalistes, vers des réalités qui leur échapperaient autrement.

Le choix du terme "porte-parole" pour désigner les personnes qui ont ainsi pu participer à la production de ces émissions, peut paraître étonnant. Il est pourtant essentiel pour saisir la réflexion globale qui a été celle de la Fédération des Télévisions Locales. "Nous avons demandé aux participants de parler en leur nom, mais aussi au nom de personnes qui vivent les mêmes types de situations", expliquent les promoteurs du projet. Il s'agissait de dépasser le niveau du seul témoignage classique, même si l'expérience est allée assez loin dans ce travail. Ce qui a été raconté, mis en forme médiatique, a pris l'aspect d'un récit valant pour ailleurs, pour d'autres situations. En dépassant les situations individuelles, cette production a tenté d'apporter analyse et recul. Un point de vue plus général, un décalage nécessaire pour éviter la réduction à l'individuel ou à l'anecdotique, a toujours été adopté pour parvenir à construire des **informations structurelles**.

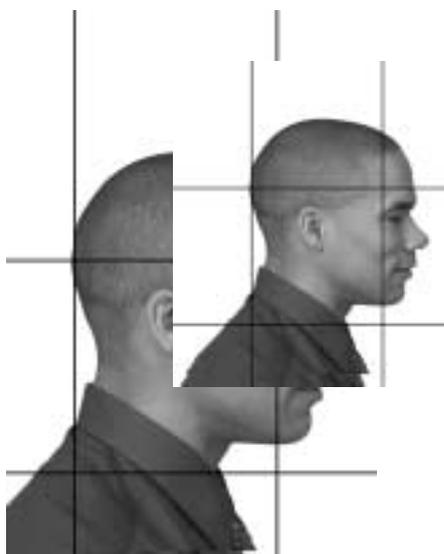


POST-SCRIPTUM

À la lecture du descriptif de ce projet et de son évaluation, on aura sans doute été frappé par sa grande cohérence. Pour ceux qui ont accompagné l'ensemble des projets, il est vite apparu que ce travail serait marqué par la capacité de distance critique et d'analyse de ses acteurs médiatiques professionnels. Le recours au tiers semble révélateur de ce positionnement. En faisant appel à des formateurs de terrain pour une formation méthodologique, les porteurs de ce projet sortaient d'emblée d'un fonctionnement orienté vers les usages médiatiques traditionnels. Le thème de la participation citoyenne aux médias permet toutes les demi-teintes, toutes les fausses sollicitudes, voire tous les cynismes paternalistes. De très nombreuses analyses de sociologie du journalisme montrent la capacité des professionnels à analyser les multiples contraintes auxquelles ils sont soumis. L'analyse ne va évidemment pas nécessairement de pair avec une modification des pratiques. D'autres études, tout aussi nombreuses, s'appliquent à démontrer comment une certaine idéologie du journalisme permet de s'arranger de ces contradictions.

Discrète, modeste jusque dans son auto-évaluation, la série produite par la Fédération des Télévisions Locales s'inscrit pourtant sans hésitation dans ce choix sans concession. Les porte-parole sont des témoins privilégiés. Ils apportent le traditionnel vécu, indispensable à tout journalisme. Mais s'ils sont impliqués, sans réserve, dans la totalité du processus de production —de la conception à l'évaluation—, ils sont surtout admis en tant qu'experts. C'est sans doute là que réside le renversement fondamental du modèle. Ces personnes ne sont pas là pour "simplement" témoigner. Leur présence signifie un accès médiatique fonctionnant en deux sens. Les porte-parole représentent une communauté habituellement absente de la production médiatique. Mais ils donnent surtout accès, au public comme aux journalistes, à une réalité autrement inaccessible. Cette conscience politique aiguë est rare. Elle pousse évidemment à s'interroger sur sa "transposabilité" à d'autres lieux médiatiques. On ne peut, en effet, ignorer le contexte de sa production. Non seulement il s'agit d'une fédération de télévisions locales, sensibles aux enjeux d'une proximité entendue dans son sens noble. Mais le magazine 'Profils', qui accueille le projet, est habituellement consacré au thème de l'emploi. Il est donc sans doute plus naturellement porté à une telle sensibilité, étant confronté à des populations fragilisées, en déficit d'accès à la sphère publique.

Il serait cependant beaucoup trop facile d'exclure la pertinence de ces résultats pour le monde médiatique généraliste, en raison de ces seules spécificités. L'acquis le plus saillant de ce travail est, sans doute, cette lucidité avec laquelle des professionnels des médias ont saisi les limites de leur fonctionnement habituel. Cette honnêteté-là est, sans aucun doute, transposable.



Illustration

Ce sont les points de vue et les questionnements des personnes en recherche d'emploi, ou en formation d'insertion, qui ont constitué le moteur de la démarche rédactionnelle. Tout au long du projet, l'équipe de la Fédération des Télévisions Locales s'est interrogée sur la place que les journalistes occupent dans un processus de médiatisation vis-à-vis des citoyens. En fin de parcours, une émission spéciale a été consacrée au bilan de l'opération. Exemple de cette mise en question médiatique, les citoyens, journalistes occasionnels, ont notamment pu revenir sur leur expérience au sein de la rédaction participative et interroger la présentatrice habituelle de l'émission sur sa vision de l'opération.



'Profils', Fédération des Télévisions Locales, juin 2003

Christine Ruol, présentatrice de 'Profils': "Vous avez participé à une émission 'Médias et Citoyens'. À l'époque vous aviez un statut précaire, ce qu'on appelle un article 60 dont on a parlé dans l'émission. Heureusement aujourd'hui vous avez un contrat de travail tout à fait standard. Qu'est-ce qui vous a poussée à vous investir et à parler des articles 60 dans 'Profils' ?"

Carine Marion, membre de la rédaction participative: "Ce qui nous a poussés, c'est déjà une expérience très exaltante, le fait de pouvoir travailler en collaboration avec la Fédération des Télévisions Locales. On était vraiment partenaires et non pas juste témoins. On a pu informer la population. On a pu parler de nous et rendre service vraiment à la communauté. "

Christine Ruol, présentatrice de 'Profils': "C'était ça qui était important, c'était rendre service ?"

Carine Marion, membre de la rédaction participative: "Oui, il fallait s'ouvrir aux autres, il fallait parler de ce qui nous touche. Et les non-professionnels –entre guillemets- sont bien placés pour mettre le doigt sur les choses que les professionnels ne verraient pas. (...) Et pour vous Christine, qu'est-ce que ça vous a apporté ?"

Christine Ruol, présentatrice de 'Profils': "Pour les professionnels aussi ça a vraiment été une très bonne expérience. Il faut dire que quand on est journaliste, on essaie d'être à l'écoute des gens et de l'air du temps, mais on est pressé, on a jamais le temps, on est obligé de courir, d'être rentable, d'être productif. Et donc finalement là on a pu prendre le temps, et le temps de réfléchir à ce qu'on fait, de réfléchir vraiment au métier de journaliste, de voir comment les gens réagissent par rapport à ça, de vraiment se mettre à leur écoute. Et puis on a eu toutes vos critiques, c'était ça le plus important ! Vous montrer les émissions terminées, et d'avoir vos critiques, de se rendre compte de ce qui est important pour le téléspectateur, et pour les personnes dont on parlait finalement. Et c'est dans ce sens-là que ça a été une expérience vraiment positive."

FICHE CONTACT

MÉDIA:

Fédération des Télévisions Locales
Chemin de la Plaine 8 – 5001 Belgrade
Tél.: 081-71 19 80 – Fax: 081-71 19 89
www.federation-tvlocales.be

PERSONNE DE CONTACT:

Jean-Pol Cavillot, coordinateur rédactionnel du magazine 'Profils'
GSM: 0474-56 97 96 – E-mail: jp_cavillot@rta.be

AUTRE PERSONNE IMPLIQUÉE:

Suzy Collard, directrice

PARTENAIRE:

Réalisation Téléformation Animation asbl
Jean Blairon, directeur

MONTANT ACCORDÉ : 25.000 EUROS



Description du projet

Le journal *Le Soir*, et le magazine *Spirou*, ont proposé à des jeunes de réaliser un journal en collaboration avec des journalistes et des dessinateurs professionnels. Six écoles ont été sélectionnées sur la base d'un questionnaire. Les sujets qu'ont abordés les élèves traitent principalement d'initiatives citoyennes développées par les communes dans lesquelles sont implantées les écoles sélectionnées. Il peut s'agir de portraits de personnes ayant accompli une action qui va dans le sens de l'ouverture sur le monde, de la participation citoyenne, du respect de la différence, ou encore du développement durable. Les élèves qui ont participé à ce projet étaient âgés de 10 à 15 ans.

Pour l'équipe du journal *Le Soir* et du magazine *Spirou*, un des objectifs était de pousser les jeunes à aller à la rencontre de ceux qui font l'actualité de leur ville ou de leur village: sa vie, ses combats et son fonctionnement. Le titre du journal est révélateur de cette option. '6T' aura été édité six fois sur l'année 2003. Pour les journalistes, ce projet représentait une chance offerte aux jeunes d'être davantage à l'écoute de ce qui se passe autour d'eux, mais aussi de devenir des citoyens plus actifs et plus impliqués dans leur commune. Le rôle que les professionnels s'étaient assigné était de guider les jeunes dans la rédaction de leur article. Au fil du projet, ils ont insisté sur le véritable échange qui s'est instauré entre les élèves et eux.

En filigrane du projet, on pouvait lire un autre objectif, plus classique, mais également lourd de sens civique: développer un intérêt pour la presse écrite et pour la manière dont se réalise un journal en tenant compte des contraintes professionnelles de production. Il s'agissait d'éveiller un intérêt pour l'information, mais aussi d'en éprouver le sens. En allant à la rencontre de leurs quartiers, les jeunes ont eu à rendre compte de choses connues, ou moins connues, en développant leur sens critique.

Les rédacteurs du journal *Le Soir* et de *Spirou* entendaient aussi que "Respect, dignité, tolérance, défense des valeurs humanistes et des droits de l'homme soient les moteurs de cette action". Chaque habitant du quartier concerné a donc eu la possibilité de lire le journal de leurs jeunes concitoyens. Il a, en effet, été diffusé gratuitement via le réseau des libraires dans chacune des communes concernées (Bertrix, Genval, Marbaix-la-Tour, Liège, Ohain, Hotton). Les passages les plus marquants, ou les plus représentatifs, de la participation citoyenne ont été publiés dans *Le Soir* et dans *Spirou*. Ils ont également été mis en ligne sur les sites respectifs des deux titres.



Dimensions de participation citoyenne

Dans son projet, l'équipe du journal *Le Soir* et du magazine *Spirou* a mis en exergue la dimension de **compréhensibilité** et d'**accessibilité de l'information** que présente ce projet. Les enfants étant les premiers rédacteurs de leur journal, l'information a revêtu un aspect forcément accessible à tous. Peut-être davantage

que dans un travail journalistique classique, '6T' ne comporte ni vocabulaire complexe, ni jargon. Chaque information est contextualisée, avant d'être développée (exemple: "Le but de notre enquête: trouver les améliorations à apporter. En dépouillant les résultats, nous avons remarqué qu'il fallait encore plus sensibiliser les enfants et les parents. La sécurité routière à l'école intéresse tout le monde..."). On notera également que la collaboration avec les dessinateurs a eu un effet positif très particulier. Les dessins sont explicites, parfois illustratifs ou explicatifs. Ils apportent une réelle plus-value à l'information textuelle.

Cette insistance sur le travail collectif est également observable à un autre niveau. Afin de favoriser la pluralité des points de vue, l'équipe a veillé à faire intervenir plusieurs enfants sur un même sujet. Ils ont respecté l'expression de chacun, avec ses mots et son vécu.

Enfin, l'accessibilité de l'information produite a été favorisée par la mention des coordonnées Internet des sites des deux médias concernés. Les noms des écoles ont, en outre, été clairement indiqués sur la page de Une; ce qui permettait aux lecteurs d'éventuellement prendre contact.

Au cours des réunions d'accompagnement des projets, l'équipe a également relevé qu'elle avait travaillé sur la **dimension d'une information tournée vers l'action**. '6T' a amené les jeunes à s'intéresser à leur commune ou à leur ville. Ils ont été ainsi plongés dans une forme d'action, mais ils ont aussi découvert des acteurs de leur milieu. Un tel travail journalistique ne pouvait se faire sans une réelle proximité avec les acteurs de terrain, que ce soit des associations ou des particuliers. Les élèves se sont également intéressés aux initiatives de leur commune: la sécurité routière, une rencontre avec le bourgmestre d'Hotton, ou avec l'ambassadeur d'Afghanistan, les travaux de l'autoroute... Ils ont rendu compte de ces événements. Mais ils ont aussi fait partager leurs sentiments à leur propos.

L'équipe de '6T' a noté qu'au final, ce projet centré sur de petites communautés, a fini par tisser une communauté plus large, notamment au travers de sa publication nationale ou sur Internet.

L'essence même de ce projet était de faire en sorte que les élèves soient les premiers rédacteurs du journal. En ce sens, la dimension de **participation des citoyens au contenu des médias** était évidemment mobilisée. Les jeunes ont apporté leurs idées, leurs projets. Ils ont eux-mêmes rencontré les acteurs sur le terrain. La réalisation du journal était préalablement préparée en classe, avec les professeurs concernés et les journalistes professionnels. L'équipe a alors privilégié une véritable confrontation d'idées et d'expériences. Le journal se base d'abord sur ce dialogue, construit sur le modèle de la conférence de rédaction. Les professionnels ont évité de prendre les décisions à la place des élèves. Le processus participatif primait sur le contenu du produit.

Les aspects techniques de la production ont aussi été l'objet d'une collaboration. Les jeunes ont eu l'occasion de découvrir comment se construit un journal, comment se passe la mise en page, l'intégration de l'illustration. Ils ont participé à la démarche de hiérarchisation et de mise en valeur des informations dans le corps de leur journal.

Les articles produits traitent principalement d'initiatives citoyennes réalisées à l'échelle communale, de portraits de personnes ayant posé un acte allant dans le sens de l'ouverture sur le monde (exemple: le récit de la directrice du centre d'accueil pour demandeurs d'asile à Rixensart), de la participation citoyenne (exemple: questionnement sur la problématique de la sécurité routière), du respect de la différence (exemple: des bulles d'amitié) ou du développement durable (exemple: étude faite sur les lichens). Qu'il s'inscrive dans la vie communale ou dans le lointain, c'est l'humain qui a été placé au centre des productions. Il s'agissait de se familiariser avec l'autre, de comprendre et d'accepter sa façon de voir les choses. En ce sens, la dimension de **mise en valeur et de défense des valeurs humaines** a certainement été rencontrée.

Sans qu'elles aient été relevées par *Le Soir* et *Spirou*, on peut encore épinglez quelques dimensions favorisant la participation citoyenne. Ainsi, le travail sur une **information positive** semble s'appliquer particulièrement à ce projet. Les journaux produits abordent, bien entendu, des problèmes de société et donc des questions graves. Mais la grande majorité des conclusions d'articles s'avèrent constructives. On observera que cette caractéristique est sans doute due au mode de travail souhaité par l'équipe. Les informations n'ont pas été traitées en se limitant à l'aspect anecdotique ou de faits divers. Les enfants ont été encouragés à rencontrer des membres du monde politique. En interpellant les responsables, au niveau local comme national, ils ont nécessairement mis l'accent sur une perspective d'amélioration des problématiques traitées.



POST-SCRIPTUM

Le projet '6T' est remarquable à plus d'un titre. L'enthousiasme des professionnels qui l'ont porté est, sans doute, le trait qui a le plus frappé ceux qui ont accompagné l'ensemble des projets. Lors des réunions d'accompagnement des diverses expériences, Jean-Claude Vantroyen, chef de l'information au journal Le Soir, et Thierry Tinlot, rédacteur en chef du magazine Spirou, ont régulièrement communiqué le plaisir qu'ils avaient à travailler sur cette publication commune. Ils ont paru presque surpris par la collaboration active qui s'est mise en place dans toutes les écoles, non seulement avec les élèves, mais également avec les enseignants. Cette dynamique semble avoir été contagieuse. La collaboration entre deux médias n'est pas banale en soi. Mais, dans ce cas, la rencontre du journalisme et du dessin a donné lieu à un traitement qui a dépassé les attentes des promoteurs eux-mêmes. Ils ont dit, à plusieurs reprises, combien les jeunes leur avaient proposé des idées, comment ils s'étaient pris eux-mêmes à ce jeu collectif de production d'un média dépassant les cadres classiques. En rester à ce seul constat serait également ignorer que cette opération a demandé, comme on a pu le constater dans d'autres projets, un investissement important de la part de ces professionnels.

On sera frappé, au simple parcours de '6T', par la réussite graphique. Mais à mieux y regarder, on sera immanquablement surpris par la valeur informative des articles proposés. On aurait pu craindre que l'aspect ludique de la formule oblitère la démarche d'implication citoyenne. La diversité des acteurs et des problématiques rencontrés, la clarté de l'information, la qualité de la rédaction journalistique sont manifestes. Ce travail pourrait laisser croire que les journalistes se sont lourdement impliqués dans une correction de mise en forme. Là aussi, les professionnels ont dit leur surprise de ne pas avoir eu à jouer un rôle de suppléance. Cette implication des jeunes se marque dans la signature de leurs papiers et par la mention de leur âge.

S'il fallait la résumer, la réussite du projet '6T' se traduirait peut-être par le plaisir du travail d'information. Comme quelques journalistes l'ont noté dans le cadre d'autres projets, la rencontre de leur public, sous un mode relativement exceptionnel, a ravivé un plaisir de travail peut-être estompé dans la pratique courante.

Illustration

Les sujets qu'ont abordés les élèves dans le magazine '6T' traitent principalement d'initiatives citoyennes développées par les communes dans lesquelles sont implantées les écoles sélectionnées. Ce projet a été marqué par une réelle autonomie des classes, au travers du travail des élèves et des enseignants. De nombreuses démarches, comme ce sondage des parents sur les problèmes de sécurité routière, complété d'une rencontre avec le bourgmestre, illustrent ce travail d'implication politique.



En quête d'un

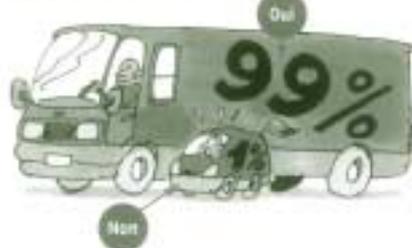
Nous avons envoyé à tous les parents un questionnaire sur la sécurité routière aux abords de notre école. Les résultats ne se sont pas fait attendre !

Le but de notre enquête : trouver les améliorations à apporter. En dépouillant les résultats, nous avons constaté qu'il fallait encore plus sensibiliser les enfants et les parents. La sécurité routière à l'école intéresse tout le monde, il est important de rendre les personnes plus prudentes et plus responsables. Surtout que notre liste de P-V ne cesse de grossir depuis septembre... Voilà, le constat est là. Beaucoup de choses ont déjà été réalisées. A nos parents, maintenant, d'avoir plus de volonté et de rigueur. Circuler librement, c'est circuler autrement.

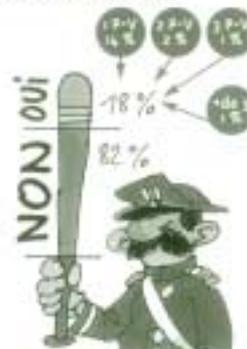
Thomas, 10 ans
Victor, 11 ans
Sacha, 11 ans



Pensez-vous que la sécurité routière est utile aux abords d'une école ?



Avez-vous déjà reçu un P-V de notre part ? Si oui, combien ?



Avez-vous été honnête en répondant à ce questionnaire ?



La bourgmestre s'engage

Notre enquête auprès des parents révèle que 87 % d'entre eux trouvent insuffisantes les mesures prises par la commune en faveur de la sécurité routière aux abords de l'école. Pour la renforcer, ils suggèrent, entre autres, d'augmenter la présence policière pour amplifier les contrôles de vitesse et mieux faire respecter la signalisation. Ils proposent aussi d'installer des casse-vitesse, une signalisation lumineuse, un marquage au sol et,

enfin, de construire un parking. Nous avons donc rencontré Brigitte Dejalque, la bourgmestre de Lasne, et lui avons soumis toutes ces suggestions. Elle nous explique : On ne fait pas ce qu'on veut, il y a des règles à respecter. Par exemple, on ne peut pas plaquer des casse-vitesse n'importe où : il faut demander l'autorisation de l'IBSR (Institut belge de la sécurité routière).

Pour nous aider concrètement dans notre tâche de responsables de la "séca" à l'école, la bourgmestre s'est engagée à faire poser le marquage au sol et à créer un emplacement de parking pour personnes handicapées. Tout ça d'ici fin juin !

Alyson, 10 ans
Valentin, 10 ans
Lana, 10 ans



chemin serein...

Toute la famille en parle

Monsieur et Madame Van Caester ont quatre enfants à l'École Ouverte et un qui en est sorti l'an dernier. Il nous a semblé intéressant de recueillir l'avis de toute la famille sur notre projet de sécurité routière.

Bruno, le papa (42 ans)

Malheureusement, ce sont toujours les mêmes qui sont en infraction. Ces personnes devraient systématiquement se voir caler une contravention. Il serait peut-être intéressant que la police aide les enfants ; les parents feraient peut-être plus attention...

Suzanne, la maman (43 ans)

L'École Ouverte a fait beaucoup d'efforts en matière de sécurité routière. Toute l'équipe se sent concernée, les enfants en premier. Les parents devraient suivre l'exemple car ils sont de plus en plus nombreux à commettre des infractions. Et que dire de ceux qui ne tiennent pas compte des P-V, les déchirent ou, pire, agressent les enfants qui les mettent...

Julien, ancien élève (14 ans)

Je trouve que la limitation de la vitesse à 30 km/h près des écoles est une bonne chose. Cela permet, je crois, d'éviter les accidents... Mais il faut surtout que les conducteurs soient attentifs et respectent les règles.

Sacha (11 ans)

Avec d'autres, je suis responsable de la sécurité routière. C'est le plus chouette service que j'ai dans l'école. Je connais maintenant une partie du code de la route. Ce qui est beaucoup mieux ça, c'est de voir réder les parents qui n'admettent pas être en infraction... On a déjà

retrouvé des P-V dans le champ qui longe l'école ! Et en plus, ils polluent !

Raphaël (9 ans)

Ce projet est utile car il apporte un peu plus de sécurité près de l'école. Mais beaucoup de gens ne respectent pas les consignes.

Lily (6 ans)

Plus tard, j'aimerais m'occuper de sécurité routière. On apprend les règles. Si quelqu'un

est mal garé, on lui met un papier vert, orange ou rouge. Et dès que le papier est rouge, on doit aller s'expliquer chez le directeur, Ghislain.

Rose (4 ans)

À quoi reconnais-tu les enfants qui font la sécurité routière ? Ils ont un gilet jaune...

Victoria, 11 ans

Basel, 12 ans



Bonnes nouvelles en cascade

À l'occasion de la Semaine de la mobilité 2002, toutes les écoles de Liège ont été invitées à participer à l'implantation d'une zone 30. L'École Ouverte a répondu présente.

Madame Poutte, conseillère à la Mobilité de la commune, nous explique : C'est très important d'impliquer les enfants dans la problématique de la sécurité routière, ils ont une perception particulière des dangers

de la rue. Il est donc capital de savoir ce qui leur fait peur dans la rue et ce qui les rassure. Cela permet aussi aux enfants de s'approprier le projet et de leur montrer qu'ils peuvent exercer une action directe sur leur propre vie et leur propre bien-être. Nous lui avons soumis les suggestions des parents. Bonnes nouvelles : la commune travaille sur un projet de présence de surveillants habilités aux côtés de nos

responsables de la "règle". Ils seront supervisés par la police. Enfin, des subventions de la Région wallonne seront consacrées à des aménagements du Chemin de Strins ; la prolongation et le relèvement des barrières sont prévus en 2003-2004.

La classe de 5^e

6T (Le Soir – Spirou),
22 mai 2003, pp 4-5,
écrit par les élèves
de 5^e primaire
de l'École Ouverte
à Ohain

FICHE CONTACT

MÉDIA:

Le Soir

Rue Royale 120 – 1000 Bruxelles

Tél.: 02-225 54 32 - Fax: 02-225 59 10

www.lesoir.be

PERSONNES DE CONTACT:

Jean-Claude Vantroyen, chef de l'information – Le Soir

Tél.: 02-225 53 80 – E-mail: jean-claude.vantroyen@lesoir.be

Vincent Quittelier, secrétaire de rédaction – Le Soir

Tél.: 02-225 55 72 – E-mail: vincent.quittelier@lesoir.be

Thierry Tinlot, rédacteur en chef – Spirou

E-mail: tinlot@dupuis.be

MONTANT ACCORDÉ: 25.000 EUROS



RTBF RADIO

'QUAND LES JEUNES S'EN MÊLENT'

Description du projet

David Lallemand et Claudine Arnoldy sont les promoteurs de l'émission de radio 'Quand les jeunes s'en mêlent' diffusée par la RTBF. Ils entendent faire aux jeunes une place dans les créneaux d'information généralement réservés aux seuls adultes. Comme le titre de l'émission l'indique, il s'agit de leur donner la parole, mais aussi d'en faire de vrais acteurs de l'information. Les jeunes, qui contactent cette équipe, expriment clairement leur souhait d'être écoutés par les adultes.

C'est depuis septembre 2001 qu'une séquence hebdomadaire de 'Quand les jeunes s'en mêlent' est diffusée le lundi matin sur la Première. Des jeunes de moins de 25 ans s'expriment sur un sujet qu'ils ont choisi. Par la suite, l'émission 'Face à l'info' a fait place une fois par mois à un débat intitulé 'Quand les jeunes s'en mêlent, les adultes réagissent' qui revenait sur une des séquences matinales et donnait la parole à des 'responsables' (politiques, associatifs, judiciaires...). Le projet proposé à la Fondation Roi Baudouin en avril 2002 visait à créer une nouvelle émission hebdomadaire organisant des échanges directs entre les jeunes et des intervenants

susceptibles d'apporter des réponses à leurs questions et d'explicitier certaines informations. Cette émission a finalement vu le jour en septembre 2003.



L'originalité de ce projet est de ne pas simplement proposer une sorte d'espace concédé, mais d'organiser une interactivité entre jeunes et adultes. Les jeunes y sont considérés comme des citoyens à part entière, soucieux de comprendre la société, le monde dans lesquels ils évoluent. L'émission ne s'adresse d'ailleurs pas qu'à une tranche d'âge particulière, mais bien au public le plus large.

Une première heure d'émission est réservée à une discussion à bâtons rompus sur un thème choisi par les jeunes. La palette des âges concernés est assez large, puisqu'ils ont entre huit et vingt-cinq ans. Ces jeunes ont participé, dans un premier temps, à une séquence diffusée le lundi matin dans le cadre de 'Matin

Première'. C'est au travers de cette première intervention médiatique que sont déterminés les thèmes discutés. Ceux-ci sont parfois relativement convenus (politique internationale ou nationale). Mais ils peuvent aussi se centrer sur des faits, en apparence anodins, de la vie quotidienne. La manière de porter telle ou telle pièce vestimentaire chez les jeunes peut devenir un sujet de réflexion débordant largement de la simple mode. Dans le magazine proprement dit, jeunes et adultes "ressources" se rencontrent et échangent leurs points de vue et expérience. Cette dynamique s'avère particulièrement riche sur le fond.

Une deuxième heure de magazine est plus particulièrement réservée aux sujets culturels, sportifs ou "tendance". À nouveau, ce sont les jeunes qui déterminent les thèmes discutés. De même, ils assurent la programmation musicale de l'ensemble.



Dimensions de participation citoyenne

Claudine Arnoldy et David Lallemand mettent en exergue une dimension de travail sur des **informations compréhensibles**. Effectivement, à l'écoute de cette émission, on ne peut qu'être frappé par la productivité du dialogue entre jeunes et adultes. Ces derniers tiennent un discours clair, utilisent un vocabulaire simple et précis. Dans cet exercice de vulgarisation, on constate que l'expert abandonne une part de son rôle habituel. Il s'attache, peut-être moins que d'habitude, à manifester sa compétence, à se faire reconnaître par son intervention. On notera encore que l'émission réussit à éviter d'infantiliser la présentation de l'information.

Le jeune est impliqué en tant que citoyen à part entière. En ce sens, ce projet se veut **orienté vers le public**. Ce sont les jeunes qui choisissent les sujets d'actualité ou de société. Ils sont également actifs lors de la confrontation avec les représentants adultes de la société: professionnels, intellectuels, politiques, représentants d'organisations associatives... Au travers de cette interaction, ce n'est pas à un public indifférencié que s'adresse 'Quand les jeunes s'en mêlent'. L'émission met en perspective des acteurs de la société. En ce sens elle est **orientée vers la communauté**. Les jeunes sont immergés dans le débat de société. Par la pratique médiatique, ils sont amenés à prendre leur part de responsabilité sociale.

Les promoteurs notent encore que 'Quand les jeunes s'en mêlent' recèle une part de **recherche de solutions**. Sans ambition excessive, le dispositif favorise une connaissance positive des argumentations réciproques.

Enfin, 'Quand les jeunes s'en mêlent' satisfait certainement à la dimension de **représentation pluriforme** de la société. Les jeunes, qui participent à cette émission, ont entre huit et vingt-cinq ans (âge limite de la "jeunesse" défini par le CJEF); ce qui semble être une échelle suffisamment large pour ne pas cliquer une représentation particulière. Pour le reste, le recrutement se fait sans aucune discrimination d'âge, de sexe, de nationalité ou de niveau d'études.

POST-SCRIPTUM

Le cas de 'Quand les jeunes s'en mêlent' est assez particulier au sein du programme soutenu par la Fondation. Durant la longue période d'élaboration et de suivi des projets, de sérieux doutes ont plané quant au renforcement de l'émission existante, pourtant unanimement appréciée. Comme dans toute entreprise médiatique, des réorganisations internes pouvaient laisser craindre une modification des programmes qui serait fatale au projet. Tant Claudine Arnoldy que David Lallemand sont pourtant restés extrêmement présents dans tout le parcours d'accompagnement des autres projets. La nouvelle émission a finalement vu le jour et a trouvé un espace dans la grille. Pour les observateurs de l'ensemble de la démarche, il a paru intéressant de proposer le descriptif de cette émission, tant parce qu'elle demeure originale, que parce que ses promoteurs en font une analyse utile à l'ensemble de la problématique.

"Malgré une nette stratégie pour favoriser le dialogue entre adultes et jeunes, nous ressentons, observent-ils, une difficulté de communication sur les enjeux de société ou sur des problèmes plus personnels. Cette difficulté est perceptible aussi bien à la maison, qu'à l'école ou dans la société en général. S'il y a conversation, il n'y a pas toujours dialogue." C'est à créer ce contact que s'emploie cette émission. Elle y parvient en grande partie et son mérite premier est d'éviter un ton et une rhétorique convenus, souvent observables dans les espaces réservés aux jeunes. Le journaliste s'efface au profit de l'interaction entre jeunes et témoins adultes. L'échange se fait sur pied d'égalité et le cadrage des problématiques est toujours assuré par le journaliste sur le mode du résumé et non du savoir surplombant. En outre, on observera que l'émission présente un autre trait original, celui de la mémoire. Un expert extérieur est en charge d'une vision cumulative des problématiques parcourues. De ce point de vue, ses interventions apportent une structure à l'ensemble du projet. Les jeunes sont, par ce biais, admis à un travail d'analyse sociale et politique.

On a pu percevoir dans les commentaires des promoteurs de l'émission, comme à son écoute, que le format a dû connaître certains ajustements avant de trouver ses marques. Comme on peut le constater à la lecture de l'analyse d'autres projets soutenus par la Fondation Roi Baudouin, la forme du débat demande un réel travail sur le dispositif pour parvenir au dialogue. Pour faire place à un véritable échange, l'émission doit nécessairement recourir au temps long. De ce point de vue, les dispositifs mis en place risquent parfois de manquer d'une certaine dynamique, susceptible

d'accrocher l'auditeur au-delà de l'intérêt suscité par le contenu. Dans le cas de 'Quand les jeunes s'en mêlent', on peut observer que les premières émissions souffraient peut-être un peu de ce défaut. Le journaliste semblait obligé de jouer un rôle de distributeur de parole. Après quelques expériences, 'Quand les jeunes s'en mêlent' apparaît comme un exemple de dialogue développé en radio.

Une telle émission est ambitieuse. Elle parvient, en grande part, à ses objectifs, mais ses promoteurs sont les premiers à regretter un manque de disponibilités et de moyens qui oblige certaines restrictions, dans la forme, mais également dans le temps consacré à la réflexion, à l'analyse et aux rencontres, avec le secteur associatif notamment.

Illustration

L'émission du 15 novembre 2003 était consacrée aux IPPJ (institutions publiques de protection de la jeunesse) et à la délinquance chez les jeunes. Elle accueillait cinq jeunes sortis de leur institution pour venir parler de leur expérience, deux responsables politiques (les ministres Laurette Onkelinx et Nicole Maréchal) et d'autres acteurs du monde judiciaire notamment. L'extrait suivant illustre la volonté de l'émission de permettre un véritable échange sur pied d'égalité entre jeunes et adultes concernés par un même sujet.

Nicole Maréchal, Ministre de l'Aide à la Jeunesse et de la Santé: "Mais moi j'aurais aussi envie de vous poser des questions pour qu'on sorte un peu de la solution IPPJ. Parce qu'il n'y a effectivement pas que ça. Et je voudrais vous demander si par exemple on vous a déjà proposé -votre juge- de faire ce qu'on appelle une prestation, donc un travail d'intérêt collectif. Ou une médiation; donc s'il y a eu une agression, c'est rencontrer la victime, rencontrer la famille de la victime, si la victime est d'accord et si vous êtes d'accord. C'est un autre travail de responsabilisation, d'apprentissage du respect. Cela vous responsabilise aussi quand vous êtes en face de la personne à qui vous avez fait du tort. Est-ce qu'on vous a déjà proposé ce type de..."

Dany: "Moi oui, on me l'a proposé, à Braine-le-Château, rencontrer les victimes. "

David Lallemand: "Et tu as accepté ? "

Dany: "Oui, mais là je suis en attente. "

Programmes
Grilles horaires
Événements
Artistes de la semaine
Galeries
Vos avis
Fréquences
Programme musical
Le Dico

Écoutez et réécoutez
La première

RTBF international

"Quand les jeunes s'en mêlent"
Le média jeunesse
= La Première.

La Voix culturelle
des jeunes
démocratie
participative

audio → ← Réécoutez l'émission

Vous avez moins de 25 ans et vous voulez vous exprimer sur un sujet qui vous préoccupe? La RTBF radio vous donne la parole

Les adultes réagissent sur La Première

Tous les samedis entre 15 et 17 heures et le lundi à 6h40

Cette semaine

16.00-16.00 : Les centres d'accueil pour jeunes délinquants.

Que de passage derrière les murs des IPPJ. Des institutions publiques de protection de la jeunesse? Racontez avec 5 jeunes qui ont quitté leur institution pour venir expliquer leur parcours et témoigner de ce qui se passe à l'intérieur des IPPJ. Cette émission - réalisée en collaboration avec le Conseil de la Jeunesse (CJEF) - est l'occasion de faire au moins le point sur la manière dont notre société prend en compte la délinquance chez les jeunes.

www.rtbf.be, jeudi 20 novembre 2003

FICHE CONTACT

MÉDIA:

RTBF Radio

Boulevard Auguste Reyers 52 – 1040 Bruxelles

Tél.: 02-737 21 11 - Fax: 02-737 25 56

www.rtbf.be

PERSONNES DE CONTACT:

Claudine Arnoldy, productrice

Tél.: 02-737 47 28 – E-mail: car@rtbf.be

David Lallemand, journaliste

Tél.: 02-737 30 30 – E-mail: dla@rtbf.be

AUTRES PERSONNES IMPLIQUÉES:

Dominique d'Olné, directeur de l'Information Radio

**Jean-Pierre Jacqmin, chef de rédaction de la chaîne Informations
et Connaissances**

PARTENAIRE:

Le Ligueur

MONTANT ACCORDÉ : 17.667 EUROS

Description du projet

Au fil d'un feuilleton mensuel de neuf articles écrits entre novembre 2002 et septembre 2003, Françoise Raes, journaliste, et Johanna de Tessières, photographe, ont tenté de découvrir l'école autrement. Elles ont ainsi accompagné l'Athénée royal de Rixensart, une école "comme les autres". Leurs reportages ont été structurés par thèmes, en des moments bien précis. Les journalistes captent le moment du passage en secondaire, ou comment l'école n'est pas seulement un lieu d'apprentissage mais aussi un lieu de vie où des personnalités multiples se construisent, se confrontent. Les élèves affrontent des problématiques de société avec l'arrivée de primo-arrivants. Mais à l'heure où la guerre en Irak était imminente, les journalistes ont aussi cherché à savoir comment cette question d'actualité brûlante les touchait, prenait place dans leur quotidien. Les journalistes se sont également immergées dans la salle des profs, lieu hautement symbolique et mystérieux. Elles ont aussi entraîné le lecteur au Conseil de participation, instance d'apprentissage de la démocratie. On peut y percevoir l'important travail qui s'y fait, avec toutes ses difficultés aussi. Par la photo et le texte, on vit de même l'époque de la remise des bulletins. Sans se limiter au compte rendu ou à l'ambiance, ces textes et clichés rendent avec beaucoup de finesse les interactions qui se créent entre les parents, les élèves et les professeurs, à cette occasion parfois délicate.

Les deux journalistes ont souligné, tout au cours de leur travail, leur totale harmonie avec les acteurs de l'école, professeurs, élèves et personnel. À l'origine de leur projet, elles affirmaient la volonté de rendre une image plus contrastée de l'institution scolaire, en s'attardant sur ces éléments que l'on aborde rarement, tant ils semblent fondus dans le quotidien. Les articles ont naturellement privilégié la participation au sein de l'institution. Il s'agissait, par exemple, de comprendre comment, et à quel moment, les élèves peuvent intervenir dans les débats. En plus de cette participation propre à la vie scolaire, les élèves ont collaboré au travail journalistique. Les jeunes ont pu réagir après parution de l'article. Ils ont ainsi pu critiquer, donner leurs impressions sur la manière dont les deux journalistes avaient relaté leur réalité.

Ce travail renoue avec une ancienne tradition journalistique, celle de la culture du terrain, concret et humain. Le choix technique de l'immersion par le reportage, dans un lieu précis, durant une période longue, constitue une démarche intellectuelle. Il s'agissait de confronter le travail journalistique aux gens dont il parle, en acceptant l'interaction avec les citoyens et les risques de celle-ci. Les deux journalistes ont mené cette démarche en l'inscrivant également dans une dimension esthétique soulignée par la photographie. La qualité des clichés et de l'écriture a été saluée par tous les professionnels qui ont participé aux diverses expériences soutenues par la Fondation Roi Baudouin dans le cadre de la campagne 'Médias et Citoyens'. Cette série d'articles a par ailleurs reçu en 2003 le 'Prix de journalisme du Parlement de la Communauté française Wallonie-Bruxelles'.



Dimensions de participation citoyenne

Les journalistes, lors de l'évaluation de leur travail, ont pointé le fait qu'elles avaient pu transmettre des **informations positives**. La sélection de cette dimension pourrait paraître surprenante, à première lecture. En effet, leurs reportages proposent une photographie de la réalité de cette école. Les journalistes proposent un regard, positif ou subjectif, et non une prise de parti. C'est bien dans ce positionnement journalistique particulier qu'on peut, précisément, percevoir une dimension positive, souvent oblitérée par la pratique courante. Sans recherche d'information événementielle, ce sont les élèves qui sont mis à l'avant-plan. Leur quotidien, dans sa simplicité, est bien loin de l'information en rupture avec le réel. C'est pourtant dans l'imprévu, le surprenant, le potentiellement narratif (opposition, scandale, rupture...) que se construit le tout-venant de l'information. Ces nouvelles, que certains auteurs anglo-saxons appellent les *hard news*, sont ici délaissées radicalement au profit des *soft news*. L'exemple de ces reportages constitue, de ce point de vue, un réel apport d'informations positives. On parle de l'école sans avoir nécessairement besoin, pour le faire, d'une grève d'enseignants, d'un incendie de locaux ou d'un accident. Et ce choix dit, sans doute, bien davantage sur la réalité scolaire et sur ses dimensions démocratiques et citoyennes. Cette expérience présente également un intérêt notable. Aux discours naïfs réclamant de l'information positive et "des trains qui arrivent à l'heure", elle oppose un traitement intelligent, un regard esthétique ancré dans le quotidien. Les journalistes expliquent elles-mêmes que, par leur traitement, elles ont "privilegié le fait d'expliquer le cheminement des problèmes posés et de valoriser les réalisations plutôt que les limites de ces démarches de démocratisation de l'école".

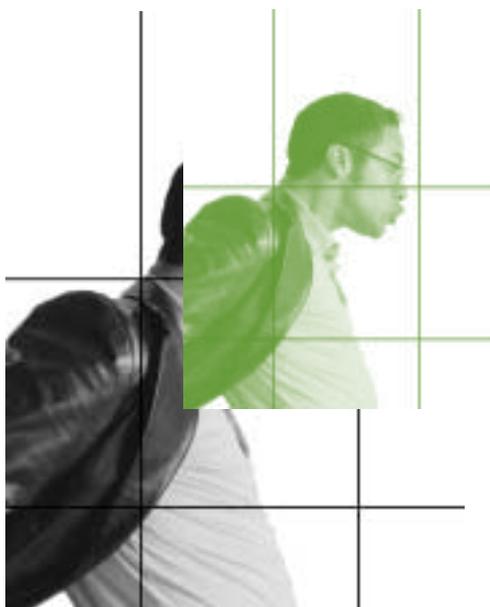
Dans le choix des sujets, les journalistes ont privilégié les démarches participatives au sein de l'institution scolaire (Conseil des élèves, Conseil de participation). En cela, elles s'inscrivent dans un travail d'**informations favorisant l'interaction sociale**. Selon l'évaluation faite par les journalistes elles-mêmes, la totalité de la classe a participé au choix des sujets abordés. De ce point de vue, *La Libre Belgique* a mis en lumière des initiatives citoyennes souvent discrètes sur la scène médiatique. Ce sont des actions réussies qui sont évoquées, sans pour autant qu'on les idéalise. On peut penser que cette prise en compte du travail démocratique au sein d'une école peut avoir un effet incitatif pour d'autres écoles développant déjà, ou non, ce type d'action.

L'interaction entre des élèves et des professionnels de la presse a aussi fait émerger des questions que les jeunes n'auraient pas posées spontanément. Les journalistes ont été le moteur d'une interrogation, non seulement sur l'actualité du monde, mais aussi et surtout sur l'environnement proche des élèves, sur l'univers propre à l'école de Rixensart. Les choix de sujets ont également privilégié les initiatives d'ouverture et d'échange avec la société (exemple: Le Centre pour réfugiés de Rixensart et la classe de primo-arrivants).

Bien que les journalistes n'aient pas spontanément retenu la dimension d'**orientation sur la communauté** dans leur propre évaluation, il semble manifeste que cette série de reportages est basée sur une véritable immersion dans une communauté spécifique. Ce mode de travail se rapproche d'une forme de "mise au

service" de l'outil journalistique à ce public spécifique. Les journalistes se sont mises à l'écoute des préoccupations réelles des acteurs scolaires. Les professionnelles des médias et les membres de l'école ont appris à se regarder, à s'appréhender différemment. Les journalistes ont perpétuellement remis en question leur façon d'aborder les divers thèmes.

Les journalistes ont impliqué les jeunes dans la production médiatique, bien qu'ils ne soient naturellement pas initiés à ces usages. Cette **participation au processus médiatique** apparaît en amont: les élèves ont eu l'opportunité de discuter les choix des sujets, d'avoir un véritable échange avec les journalistes. En aval, ils ont pu décortiquer le texte et la photo, les discuter et découvrir les modes d'élaboration de l'information.



Les journalistes ont constaté à quel point leurs interlocuteurs (élèves, mais aussi professeurs et direction de l'école) se sont transformés, au fil des rencontres et des échanges, en de véritables partenaires.

L'aspect participatif du projet a été renforcé à deux niveaux. D'une part, c'est le thème du "Qui décide de quoi dans l'école ?" qui a servi de fil conducteur du choix des sujets, comme des animations avec les classes. D'autre part, un forum organisé sur Internet a permis aux lecteurs de débattre sur des questions d'actualité dans le monde scolaire.

Les journalistes du projet 'L'école en boîte' expliquent avoir été particulièrement attentives à éviter les stéréotypes et les clichés réducteurs concernant tant les jeunes que les enseignants. "Nous avons, disent-elles, prêté attention aux catégories d'élèves et de professeurs fragilisés en leur donnant la parole pour expliquer leur situation et leur point de vue, ainsi qu'aux acteurs de l'ombre comme le personnel ouvrier et administratif." En ne recourant pas au témoignage exclusif des acteurs "autorisés", elles entendaient donner une **représentation pluriforme des différentes catégories sociales**.

POST-SCRIPTUM

On peut sans doute se demander, à la lecture de 'L'école en boîte', si cette série ne se focalise pas trop sur une école idéale. Il est clair qu'il aurait été plus "journalistiquement correct" de se pencher sur une école défavorisée. Sans ignorer les problématiques sociales ou politiques lourdes, ces deux journalistes ont fait un choix différent, celui de la quotidienneté. Au travers d'une démarche d'écriture, par moments quasi-littéraire, et d'un travail de photo-reportage, elles collent au plus près du terrain et des acteurs scolaires. Ce choix renoue avec une tradition ancienne du journalisme.

Quand, dans les années '20, Robert Ezra Park, ancien journaliste lui-même, s'intéresse aux communautés d'immigrants de Chicago, il fonde une approche sociologique des situations concrètes. Ce rapport à la ville, perçue comme laboratoire social, est fréquemment invoqué dans un retour à un journalisme de terrain, d'observation et de durée. C'est probablement dans cette filiation que s'inscrit le travail de Françoise Raes et Johanna de Tessières. Privilégiant la durée, la prise en compte du retour des acteurs saisis dans leur quotidienneté, elles produisent une forme d'information juste et révélatrice d'une activité sociale, d'un travail démocratique également. Cette approche dévoile une autre école que celle des grèves, de la violence ou de l'accidentel. Sans naïveté, elle met en lumière un travail de citoyenneté quotidienne et le place dans le débat social.

Au cours des échanges entre journalistes, qui ont été organisés par la Fondation Roi Baudouin pour accompagner ces projets, il était frappant de constater à quel point 'L'école en boîte' a suscité l'enthousiasme des confrères de ces deux journalistes. La dimension esthétique a marqué les esprits. La qualité professionnelle a été saluée. Mais la remarque la plus intéressante est sans doute celle d'un journaliste qui concluait que ce travail était "celui qu'on devrait normalement faire tous les jours"... Peut-être moment d'exception rendu possible par le financement d'une Fondation, cette série est aussi révélatrice du manque de temps et de moyens dont disposent les journalistes désireux de rendre compte du monde justement, et de trouver un véritable écho auprès des citoyens.

Illustration

Le troisième des neuf reportages, intitulé "L'école de l'exil", est particulièrement représentatif du travail citoyen réalisé par la journaliste et la photographe de *La Libre Belgique*. Sans s'attaquer frontalement à la problématique de la participation citoyenne (comme l'a fait par exemple l'épisode n°6 "L'important, c'est de participer..."), ce reportage immerge le lecteur dans le vécu de l'école et multiplie les niveaux de lecture avec beaucoup de finesse. Cet épisode témoigne également de la remarquable démarche esthétique d'ensemble.

al, rassurable, les élèves d'immigrés par le mot "étranger". Ils restent les, dans certaines circonstances pour leur l'importance de la société de différences. Étrangement, c'est ment qu'ils cheminent pour lever leurs - souvent avec plaisir - à leur liberté de leur liberté.

et justement, c'est aussi étranger le mot ou il n'est pas. "Un de de d'écouter est été, de se certains parents et parents, ils étaient de même, de se souvenant pas non... Mes parents nous apprennent pour et les "L'histoire d'Abdullah" que "Gorka" est être quelque les e connaît non. Quand mes parents dansent entre eux, je ne connais pas telle et je ne faisais qu'écouter", elle explique son sentiment d'être se ramène de grande. "A l'école, je me sentais étrangère. Pourquoi ? e que je ne suis pas très grande et que le monde est grand autour de de me sent différent des autres, l'expérience que certains profs ne sont pas et que par rapport pas à, il n'est pas. De ma taille sou- de même. Être petite, pour moi, une faute. Et je réponds tout pour pourquoi que je n'ai pas été un e.

tes lui a voulu répondre le senti- l'étranger qu'il a éprouvé quand il s'élève d'un côté de 19 ans il y a de cela. "... Et me réjouir je me souviens tout un jour des films ne restait de tout les films et avec les autres élèves pour de- voir. Je me demandais ce que je fai- la. De plus, je ne savais plus particu- lière venir de là et je ne suis en- tant les autres (...). mais heureuse à mon grand frère à distance

l'histoire et a appelé l'expérience qui a été arrivée avec elle (exilé) et revivait les choses. Malheureusement, je ne suis pas re- venir mon grand frère de m'écouter tout la vie".

Avec son adolescence en fin, se sent les titres du journal télévisé qui arrivent dans le cœur de révolutions: la guerre au Moyen-Orient, le terrorisme de l'Es- pace du Mali et le désastre économique des pays d'Europe de l'Est. "Je pense que cette période sociale nous ont été avec confiance. Quand on a un centre de réfugiés à côté de chez soi, on ne peut quand même pas rester là sans rien faire", explique Françoise Galois qui dirige l'établissement et qui a collaboré avec le centre depuis son installation dans la commune. "C'est le plus large. Acceptable à tous les enfants en âge scolaire, à l'exception dans notre pays n'est pas seulement une obligation nous aussi en droit. Depuis des années je suis ce- que qui arrivent, de dans un moment et les autres sont qui arrivent aussi. An- ceur leur enfant dans l'établissement. Dans ce moment-là, je retourne le vers de l'école et de elle qu'elle doit pour dans notre société. De plus, c'est un environ- nement pour les élèves de créer des je- nes gens qui viennent d'ailleurs et qui vi- vent des situations difficiles", conclut la professe.

Maxime Decour a 18 ans. D'origine turkémène, ce jeune homme souriant et humoré, habillé d'un simple jean quand il part en ballade se souvient par contre les rigueurs de l'école belgienne. Il a été un des premiers élèves de la classe de français de M. Perrecheret.

Aujourd'hui il suit une formation de mécanicien dans une école de la région. Orphelin et d'origine juive, Maxime a quitté son pays en septembre 2001

l'avis de venir et non d'aller) pour des ra- sons religieuses.

"Quand je suis arrivé le premier jour à l'école, je me souvenais d'être les élèves qui ils étaient au centre avec moi. Pendant deux jours, je ne parlais pas, j'étais pour de français et M. Perrecheret s'occupait pour- tant. Après six mois, je ne suis plus arri- ver et pour je ne me suis plus arrêté". Malheureusement, on sent, je pense que au- tant il parler avec lui le monde de fran- çais et j'ai les Belges qui arrivent avec leurs parents. Une fois que j'ai quitté l'école, M. Perrecheret et moi, nous ne pou- vons plus nous en ce centre de réfugiés ou pendant un temps

"POUR MOI LA CHOSE LA PLUS IMPORTANTE EST D'AVOIR UNE RÉPONSE POSITIVE (DE L'ÉTAT BELGE)"

chose c'est d'avoir une réponse positive de l'Etat belge. Après je voulais pour trouver un logement avec ma mère dans un endroit tranquille et un travail. Je ne suis pas un jeune difficile pour avoir la vie", explique Maxime se faisant d'un sourire.

Dur le chemin de retour, il salue éton- nément deux hommes qui descen- dent le trottoir en sens inverse. "Ce les con- nait, ce sont des gens du Centre, des "Tobekénes". Maxime a quitté son pays parce qu'il était juif, ses ont fait autre autres parce qu'ils étaient musulmans. Ils se croisent un après-midi d'hiver au bord de la gelée et se font signe en saluant courtoisement. »



à l'école. Pour continuer et continuer à ses heures perdues.

Épisode n°3:
L'école de l'exil

La Libre Belgique,
21 janvier 2003,
pp 16-17

FICHE CONTACT

MÉDIA:

La Libre Belgique

Boulevard Emile Jacqmain 127 – 1000 Bruxelles

Tél.: 02-211 27 77 - Fax: 02-211 28 32

www.lalibre.be

PERSONNES DE CONTACT:

Françoise Raes, journaliste free-lance

GSM: 0495-29 47 72 – E-mail: francoise.raes@euronet.be

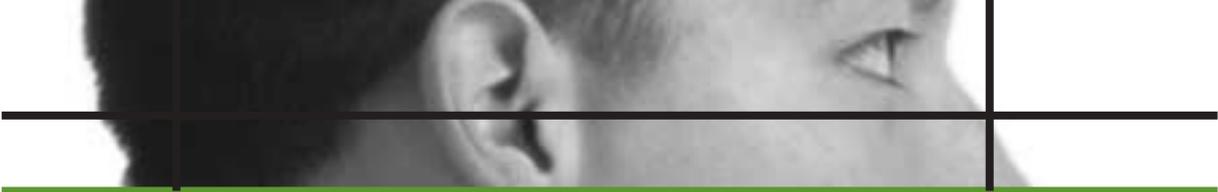
Johanna de Tessières, photographe free-lance

GSM: 0486-20 70 18 – E-mail: johanna.detessieres@saipm.com

AUTRE PERSONNE IMPLIQUÉE:

Jean-Paul Duchâteau, rédacteur en chef adjoint

MONTANT ACCORDÉ: 22.500 EUROS



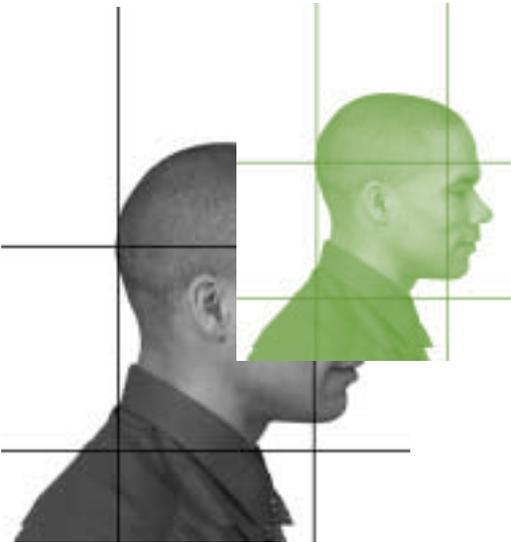
TÉLÉVESDRE
'INFORMER, S'INFORMER : MODE D'EMPLOI'

Description du projet

Télévesdre est la télévision communautaire de l'arrondissement de Verviers. Elle a réalisé une série de quatre émissions dont le but était de donner aux téléspectateurs et aux associations l'occasion de donner leur avis sur la manière dont leur télévision rendait compte de leur réalité. Intitulé 'Informer, s'informer : mode d'emploi', ce projet a surtout suscité la réponse des associations de terrain. L'équipe de *Télévesdre*, bien que consciente de ce biais, constatait justement dans son évaluation, qu'au travers de ces associations, elle avait touché une série de "catégories de citoyens qui, à plus ou moins juste titre, s'estimaient peu ou mal représentées dans les différentes émissions proposées par leur média de proximité". Les catégories ainsi évoquées visaient les travailleurs sans emploi, les populations émigrées, les femmes ou, encore, les jeunes...

Toujours selon l'évaluation réalisée par l'équipe de *Télévesdre*, les débats thématiques ont permis de mieux appréhender les attentes et les critiques formulées par les intervenants lors de chacune des émissions. Dans le même temps, ce retour de la communauté vers la rédaction devrait lui permettre, dans la mesure de ses moyens, de répondre à ces attentes. Les journalistes de *Télévesdre* ont, dès les débuts de l'opération, indiqué à quel point cette démarche ne serait fructueuse que si elle était poussée jusqu'à sa prise en compte effective : "L'enjeu, en tout état de cause, était bien de mettre *Télévesdre* « au pied du mur » et de lui permettre à l'avenir, de remplir ses missions avec la complicité de celles et ceux qui lui font confiance depuis maintenant plus de dix ans. À l'occasion de la conférence de presse qui lançait le projet, l'engagement a en tout cas été pris de mettre tout en œuvre afin que les émissions « citoyennes » soient le prélude à une véritable prise en compte des remarques adressées à la rédaction par le public de *Télévesdre*."

Le travail de *Télévesdre* a donc pris la forme d'un débat ouvert. L'équipe a voulu marquer cette ouverture en donnant au public le statut d'invité : "Ce sont des téléspectateurs ou des représentants d'associations. Ils sont la voix du public, le vecteur qui fait remonter le feed-back et l'impact qu'à notre information auprès de notre public; feed-back qu'ils commentent et analysent de leur point de vue (qu'il soit candide, militant, familial ou spécialisé...). Ils sont aussi des porte-parole qui s'expriment librement et directement sur son média."



Pour donner une résonance au débat, *Télévesdre* a invité une sorte de témoin de référence issu de ce qu'on peut appeler la catégorie des "experts". "Ils seront journalistes, sociologues, juristes, criminologues, ou tout autre profil susceptible de pouvoir rencontrer les questions du public" précisait le projet. Ricardo Petrella, professeur à l'UCL, ou Evelynne Lentzen, présidente du CSA ont ainsi été invités à jouer ce rôle.

Mais la médiation a particulièrement fait l'objet de tous les soins de cette équipe. Elle souhaitait avant tout un modérateur, quelqu'un qui développe une écoute attentive. *Télévesdre* entendait mettre en place "une interface

entre les professionnels de l'information et le public téléspectateur, lecteur ou auditeur. C'est celui qui ose poser toutes les questions." L'émission a donc été présentée par une journaliste de la rédaction, Anne-Françoise Biet. Mais un médiateur lui a été adjoint. C'est Jean-Pierre Collignon qui a joué ce rôle. Ancien journaliste de cette même rédaction, il présentait l'avantage de connaître les règles de la profession et le terrain verviétois, soulignait *Télévesdre*, tout en précisant que Jean-Pierre Collignon n'était plus impliqué dans ses émissions depuis trois années. "Personnalité unanimement reconnue par les téléspectateurs de *Télévesdre*, ses talents de conciliateur, associés à son franc-parler, correspondent tout à fait au profil recherché."

On l'aura compris, la réussite du projet de *Télévesdre* reposait en grande partie sur cette fonction : "il est particulièrement souhaitable, notait cette équipe dans son projet, que le médiateur dispose d'une marge de manœuvre et d'une indépendance totale et qu'il ne soit pas lui-même impliqué directement ou indirectement dans la production d'émissions d'information, afin de ne pas être juge et partie."

Dimensions de participation citoyenne

C'est la dimension d'**équilibre argumentatif** que *Télévesdre* a mis en exergue de son évaluation. Il s'agit évidemment de l'option de départ d'inversion du modèle journalistique traditionnel, dans lequel le média assume seul la fonction d'énonciateur. Ce projet a tenté d'inviter sur le plateau le plus large éventail possible d'intervenants de terrain. Malgré la réserve énoncée quant à la participation des citoyens individuels, la chaîne a très largement permis à toutes les opinions de s'exprimer au cours des débats enregistrés.

Télévesdre a également noté que la **neutralité pluraliste** s'imposait à son projet : "Il tombait sous le sens que cette série d'émissions ne pouvait être abordée que sous l'angle d'une pluralité de thèmes, et conséquemment, qu'elle devait y inviter le plus large éventail possible de groupes de représentants d'associations, d'individus représentatifs de toutes les sensibilités et de toutes les tendances." De ce point de vue, *Télévesdre* estime que le public a répondu à son invitation de participer activement à son projet.

Cette dimension pluraliste se retrouve dans la composition même des plateaux. Les journalistes de *Télévesdre* ont ainsi noté que la **représentation pluriforme des différentes catégories sociales** était un enjeu majeur de leur travail : "Au moment de la préparation pratique des émissions, il est devenu manifeste que nous avons à prendre en compte, non pas seulement un « public », mais des individus, eux-mêmes représentatifs des « catégories » généralement oubliées par les médias."

POST-SCRIPTUM

*On pourrait s'étonner du constat de *Télévesdre*. En effet, d'une chaîne implantée dans sa région, sa communauté, on pourrait attendre qu'elle ait une connaissance fine de son public. C'est, sans aucun doute d'ailleurs, le cas de *Télévesdre*. On est pourtant frappé de l'insistance avec laquelle les membres de cette équipe ont souligné la redécouverte de ses publics. "Le dialogue entrepris dans l'émission se poursuit à d'autres occasions (événements couverts par la télévision) ou en d'autres lieux (colloques, etc.)", constate *Télévesdre*.*

*La télévision verviétoise note aussi un certain nombre de limites à son expérience. Des émissions plus longues auraient permis d'approfondir le dialogue. Le dialogue avec les associations n'a pas été suivi de tous les effets escomptés ou supposés. Un certain nombre d'associations ont promis d'entamer en interne une réflexion avec *Télévesdre*. Seules 50 % d'entre elles ont tenu parole et sont venues sur le plateau pour faire part de leur réflexion. L'équipe reconnaissait, à terme, qu'un accompagnement plus soutenu de ces associations aurait peut-être augmenté cette motivation. Mais elle pose, en même temps, la question de son statut par rapport à la liberté laissée aux acteurs citoyens : "Comment leur permettre de réfléchir en dehors d'une présence qui aurait pu être ressentie comme excessive de la part de *Télévesdre* ?"*

Illustration

Le but des quatre émissions 'Informer, s'informer. Mode d'emploi' était de donner aux téléspectateurs et aux associations l'occasion de donner leur avis sur la manière dont leur télévision rendait compte de leur réalité. L'extrait suivant, issu de la quatrième émission, illustre cette volonté. La journaliste Anne-Françoise Biet et le médiateur Jean-Pierre Collignon interpellent plusieurs acteurs socio-économiques de la région sur la façon dont *Télévesdre* aborde les réalités de l'emploi et du chômage.

Anne-Françoise Biet : "Comment est-ce qu'une télévision comme la nôtre pourrait davantage rendre compte d'une réalité économique que vous vivez vous sur le terrain ?"

Thérèse Van Ruymbeke, directrice du Comité Subrégional de l'Emploi et de la Formation : "Je pense qu'il y a plusieurs choses qu'il faut dire. La première c'est que tout n'est pas morose. Il y a des choses qui se déroulent très bien dans l'arrondissement, il y a des entreprises qui sont à la pointe du progrès. Je pense qu'il faut le souligner. (...) Ce qu'il faut dire aussi c'est que les demandeurs d'emploi ne parlent pas du tout le même langage et n'ont pas la même logique que des responsables d'entreprise chargés de les engager. Le rôle d'un média c'est aussi de faire le lien entre ces deux discours et d'expliquer le discours des uns aux autres."



'Informer, s'informer. Mode d'emploi', Télévesdre, 6 juin 2003

FICHE CONTACT

MÉDIA:

Télévesdre

Rue Neufmoulin 3 – 4820 Dison

Tél. : 087-33 76 25 - Fax : 087-33 82 63

www.televesdre.be

PERSONNES DE CONTACT:

Anne-Françoise Biet, journaliste

E-mail : nana.biet@skynet.be

Jean-Pierre Collignon, médiateur

E-mail : televesdre@televesdre.be

Anibal Carrera, cadreur

E-mail : anibalcarreravalle@hotmail.com

AUTRE PERSONNE IMPLIQUÉE:

Urbain Ortmans, directeur-rédacteur en chef

PARTENAIRE:

Radiolène RTBF et la presse locale

MONTANT ACCORDÉ: 25.000 EUROS



FEMMES D'AUJOURD'HUI
'SOLITUDE: ENSEMBLE AGISSONS'



Description du projet

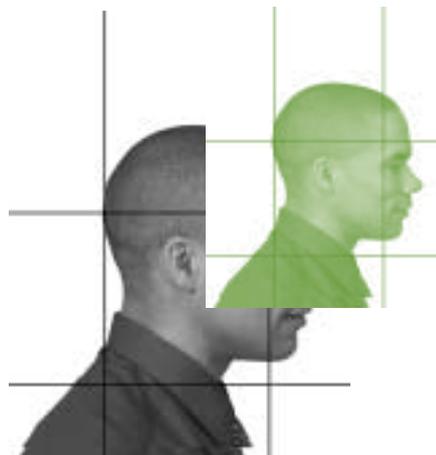
Les journalistes du magazine *Femmes d'Aujourd'hui* ont décidé, en fonction des attentes déjà connues de leur lectorat (460.000 femmes de 35 à 65 ans), de leur proposer un moyen d'agir concrètement dans le cadre d'une problématique de société. L'implication des lectrices dans leur magazine a été le point de départ du choix du thème. Trois semaines de suite, les lectrices ont pu exprimer leurs attentes en répondant à un référendum. C'est la lutte contre la solitude qui est apparue comme la préoccupation principale des femmes ayant accepté de répondre à ce référendum.

Pour la rédaction, il s'agissait, d'une part, de mettre en évidence les mécanismes sociaux à l'origine de la solitude et de proposer des solutions. D'autre part,

Femmes d'Aujourd'hui entendait servir de relais entre le public et les organisations actives sur le terrain.

Concrètement, ce projet s'est traduit en deux actions distinctes et complémentaires. *Femmes d'Aujourd'hui* a proposé à ses lectrices une rubrique bimensuelle, à partir de septembre 2002. Intitulée 'Solitude: ensemble agissons', cette rubrique a proposé des témoignages, idées et suggestions de lectrices. On y présente également des associations et groupements, développés à l'échelle d'un quartier, comme à celle du pays entier. Cette rubrique a été publiée jusqu'en juin 2003. Régulièrement, des articles plus fouillés ont tenté de proposer des idées concrètes, des conseils psychologiques. Pour l'équipe de *Femmes d'Aujourd'hui*, il s'agissait de créer des liens, que les lectrices soient directement concernées par le problème de la solitude, ou non.

Ce cycle de dix mois de publication de la rubrique s'est clôturé par la parution d'une brochure de 64 pages. Cette brochure cristallisait une année d'échanges et de dialogue entre *Femmes d'Aujourd'hui* et ses lectrices. Mais elle endosse surtout le rôle d'outil pratique et concret, sous la forme d'un répertoire de bonnes adresses couvrant Bruxelles et la Wallonie. Elle présente une centaine d'associations actives sur le terrain. Des idées concrètes (comment créer une asbl ou un groupe d'amitié) et des suggestions se retrouvent également dans cette brochure. Pour les journalistes, il s'agissait de répondre de la manière la plus efficace possible aux demandes précises rencontrées lors de ce projet. L'originalité de la démarche consiste à proposer des solutions issues de l'interaction avec le public. Cette brochure est disponible gratuitement auprès de *Femmes d'Aujourd'hui*, comme auprès de toute association qui en fait la demande. Le magazine a programmé une campagne d'information pour la faire connaître.



Dimensions de participation citoyenne

C'est la dimension d'**orientation vers le public** que les journalistes de *Femmes d'Aujourd'hui* ont mise en exergue, lors de l'évaluation de leur projet. Pour ce magazine, il s'agissait, avant tout, de rencontrer les préoccupations de son lectorat. Mais il s'agissait aussi de "faire bouger concrètement les choses au quotidien". L'identification et (ou) l'implication possibles des lectrices étaient des éléments essentiels dans la détermination du thème de ce projet. La participation active des lectrices a donc été sollicitée dès le début par la voie d'un référendum. Cette démarche n'était pas le fruit d'une réflexion nouvelle. Elle trouvait son origine dans la conviction de la rédaction que son lectorat se sentait concerné par les problématiques de société.



Les lectrices de *Femmes d'Aujourd'hui* ont été placées au centre de la démarche, en tant que personnes responsables, à qui le magazine donnait l'occasion d'agir concrètement. Loin d'une conception d'un lectorat passif indifférencié, on entendait s'adresser à des lectrices citoyennes, parties prenantes d'une communauté. Ce sont les lectrices et les associations qui ont effectivement animé la rubrique bimensuelle.

Le contenu rédactionnel a été influencé directement par un travail avec le public. L'analyse du courrier, généré par la rubrique, a permis de cerner les attentes des lectrices. Ce retour a été complété par les informations recueillies auprès des acteurs de terrain luttant contre la solitude. C'est dans cette interaction, au sein de laquelle le média a joué un rôle inhabituel, que *Femmes d'Aujourd'hui* a orienté sa démarche rédactionnelle vers son public.

Dans ce projet, le magazine a cassé l'approche traditionnelle d'un public passif. On peut penser, et c'est ce que met en avant la rédaction de *Femmes d'Aujourd'hui*, que cette action mobilise une dimension citoyenne plus large: une **orientation sur la communauté**. C'est en effet la communauté qui est visée par la démarche. L'individu n'apparaît pas isolé dans l'appréhension journalistique du thème. Ceci est d'autant plus cohérent qu'il s'agissait de travailler sur la solitude. À la lecture des articles du magazine, on peut se rendre compte qu'il ne s'agit ni d'une vision misérabiliste, ni d'une atomisation du problème. Les individus ne sont pas mis à distance dans leur solitude. Ils sont saisis dans un mouvement de solidarité. Partant de situations vécues, ce sont des témoignages mais aussi des suggestions qui sont proposés aux lectrices. Parfois recommandées par celles-ci, les associations font l'objet de reportages et non de simples mentions. Il s'agit de mettre en lumière leurs actions concrètes sur la base d'enquêtes approfondies. Les situations individuelles rencontrées sont à l'origine de conseils psychologiques concrets (exemple: Etre moins seul à Noël) ou d'idées pratiques (exemple: Comment créer des repas de quartier).

La différence fondamentale, que l'on peut observer dans ce cas par rapport au journalisme classique, est de sortir le journaliste de son rôle d'observateur surplombant la société. Ici, il s'implique, avec les individus et les associations, dans la recherche de solutions concrètes à un problème social. Ce choix, aux dires des journalistes, s'est également ressenti dans la conduite de la ligne rédactionnelle générale. Ainsi, le contenu de la rubrique n'a pas été établi a priori par l'équipe. Il a varié en fonction des besoins qui se sont révélés, dans cette appréhension collective. De même, l'idée de la publication de la brochure n'a-t-elle vu le jour que progressivement. Elle s'est imposée comme réponse concrète aux demandes exprimées par cette communauté.

Saisir les lectrices comme une entité active et placer la rédaction au niveau de cette communauté était un choix. On l'aura compris, *Femmes d'Aujourd'hui* ne s'en est pas tenu à ce seul choix. Le magazine a également voulu proposer des **informations favorisant l'interaction sociale**. L'intention affichée dès les débuts du projet était, en effet, de "créer de réelles interactions entre les lectrices et les associations et groupements. Par des conseils pratiques, des exemples concrets, des coordonnées précises, le magazine souhaitait inciter les lectrices à se renseigner, à agir sur le terrain, à prendre ou créer des initiatives visant à regrouper les gens, à rompre la spirale de l'isolement. Un esprit « réseau » était encouragé. Il s'agissait de mobiliser les énergies, que ce soit pour sortir soi-même de sa solitude, ou pour aider d'autres à en sortir en créant une activité de quartier ou en rejoignant une équipe de bénévoles."

Il est clair que, de ce point de vue, le projet de *Femmes d'Aujourd'hui* a prêté une attention inhabituelle aux acteurs formels et informels de la société civile. Comme nous l'avons déjà précisé, les lectrices ont défini elles-mêmes le sujet qui leur tenait le plus à cœur. Certaines associations ont été visitées par les journalistes pour connaître leurs actions et les transmettre au mieux aux lectrices. C'était un moyen pour ces acteurs institutionnels de se faire connaître et d'attirer leur public. Deux types d'acteurs de la société civile ont donc été mis en relation par l'entremise du magazine. Les lectrices avaient la possibilité d'exprimer leurs sentiments, leurs réactions. De même, le magazine a incité les personnes à rencontrer ces associations. En ce sens, *Femmes d'Aujourd'hui* a montré qu'un organe de presse pouvait servir d'intermédiaire sans s'attribuer le mérite d'un regard surplombant.

Il serait naïf de ne prendre en compte que ces seuls aspects. Ainsi, les journalistes ont, elles-mêmes, relevé une importante limite à ce positionnement: la sélection. Il leur a fallu choisir les témoins, les problèmes personnels vécus, mais aussi les associations répertoriées... Plus d'une fois, elles ont insisté, lors des échanges d'expériences avec les journalistes impliqués dans les autres projets soutenus par la Fondation, sur l'impossibilité de rendre compte de tout ce qui leur semblait intéressant parmi les nombreuses actions citoyennes. Il est bien sûr impossible de parler de tout. Mais cette frustration est peut-être l'envers d'une pratique journalistique plus rassurante, mais moins révélatrice de la réalité.

Il semble difficile de penser que la solitude puisse être un thème portant à l'**information positive**. Les journalistes impliquées l'ont pourtant noté: toutes les solutions proposées étaient positives ("Venez manger chez moi", "Echanger des savoirs en toute convivialité"...). Il n'était pas question ici d'hôpitaux, ou d'aide médicale, pour s'en sortir. L'accent était résolument mis sur la convivialité, l'ouverture et les sorties. Sans se limiter aux anecdotes ou aux faits divers, le magazine a parlé concrètement d'associations en donnant priorité aux informations pratiques.

D'autres dimensions citoyennes peuvent encore être relevées dans le projet de *Femmes d'Aujourd'hui*. Ainsi, les journalistes se sont-elles appliquées à proposer des **informations compréhensibles et accessibles**. On peut repérer un travail classique de journalisme visant à la vulgarisation, en évitant tout jargon et tout vocabulaire un peu trop complexe. Mais on observe aussi un travail de "feuilletonisation" du projet. En procédant par la mise en valeur de la série, par des rappels et des mises en contexte, on facilite la compréhension de l'information, tout en manifestant l'importance qu'on lui accorde.

L'accessibilité est également mise en valeur. Les journalistes ont accordé un soin particulier à fournir numéros de téléphone, adresses ou sites Internet utiles.

Enfin, on pourrait pointer une dimension qui aurait peut-être mérité un développement. Les journalistes n'ont pas relevé qu'elles agissaient sur un **processus décisionnel politique, au sens large, et décentralisé de la société**. À aucun moment, *Femmes d'Aujourd'hui* n'a fait appel à des politiques. Les solutions émanent des lectrices elles-mêmes. C'est d'une sorte de brainstorming citoyen que jaillissent les solutions. Les individus et les groupes ont, chacun, la possibilité de s'exprimer. Ils sont mis sur pied d'égalité devant cette problématique. Tout ce travail est axé sur la recherche de solutions. Le dialogue et la délibération ne laissent pas de place au conflit. Tout n'est qu'échange de témoignages et entraide.



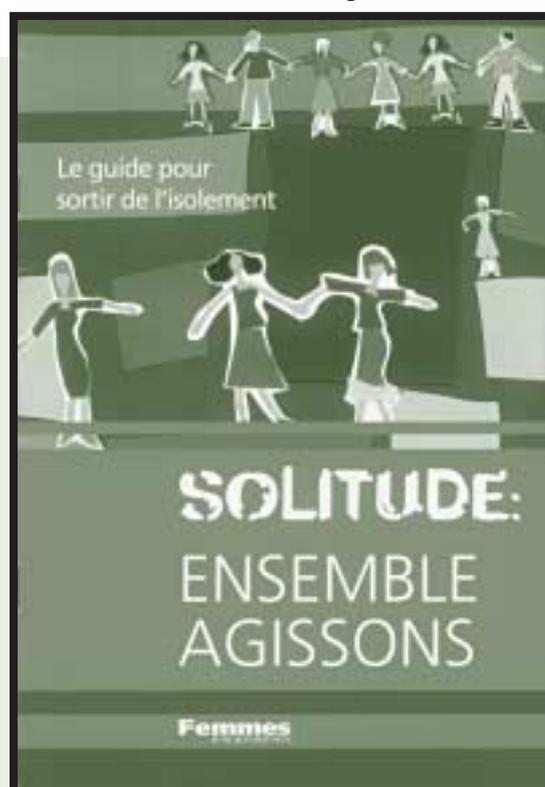
POST-SCRIPTUM

Une telle conclusion peut laisser croire à un angélisme forcé. On peut pourtant relever des limites à cette action. Ainsi, les informations semblent un peu biaisées par le fait que les lettres reçues par Femmes d'Aujourd'hui émanent beaucoup plus de femmes de 70 ans et plus. La moyenne d'âge des personnes qui ont été publiées est de 50 ans et seules 6 lettres sur 22 sont attribuées à des femmes de plus de 60. La rédactrice du magazine explique qu'elle ne souhaite pas associer l'image de la solitude à cette tranche d'âge; ce qui est légitime... et peut-être révélateur du peu d'efficacité de cette opération auprès de femmes plus jeunes, confrontées à la solitude.

D'un point de vue sociologique, on voit que l'intervention médiatique risque de biaiser le problème dans sa recherche de solutions, comme dans la représentation publique de la réalité sociale qu'il offre. S'en tenir à ce seul constat serait évidemment ignorer qu'il s'agit de la recherche d'une saisie médiatique plus juste que le traitement journalistique habituel. On a dit ce que cela apportait en interaction, comme en mobilisation concrète. On ne peut pourtant passer sous silence le fait qu'un référendum effectué auprès de lecteurs, et donc la prise en compte d'un échantillon social particulier, fondent toujours un biais important de la représentation sociale.

Illustration

La rubrique reproduite ci-contre illustre bien la volonté de Femmes d'Aujourd'hui d'inciter les lectrices à se renseigner, à agir sur le terrain, à prendre ou créer des initiatives. Non seulement elle présente une expérience concrète d'échange de savoirs, mais elle donne aussi des conseils aux lectrices éventuellement désireuses d'en créer une dans leur quartier et mentionne les coordonnées d'un organisme-ressource sur le sujet. À côté de cet article, la parole est donnée à des lectrices et un encadré les incite à renseigner au média des initiatives locales qu'elles connaîtraient.



Après dix mois de publication, l'opération s'est clôturée par la parution d'une brochure originale de 64 pages. Cette brochure est un répertoire de bonnes adresses couvrant Bruxelles et la Wallonie. Elle présente une centaine d'associations actives sur le terrain, mais aussi des suggestions pragmatiques. L'originalité de la démarche consiste à proposer des solutions issues de l'interaction avec le public.

Le guide pour sortir de l'isolement. Solitude: ensemble agissons
Femmes d'Aujourd'hui - 2003



ResSource: échanger des savoirs en toute convivialité

Toutes les deux semaines, dans le cadre de notre action «Solitude: ensemble agissons», nous vous présentons des associations ou des initiatives qui apportent un peu de chaleur humaine aux gens seuls. Cette semaine, visite au sud du pays où l'asbl ResSource a créé un réseau d'échange de savoirs... amélioré.

Texte Christèle Giquin



A vous la parole

A la base, le réseau d'échange de savoirs d'Arion fonctionne comme un autre: chaque membre propose de transmettre un savoir (salsa, anglais, cuisine...) et, en échange, à son tour, gratuitement, aux savoirs des autres. «Nous avons commencé avec quelques personnes, explique Monique, l'une des responsables, puis le système a fait boucle de neige et aujourd'hui, nous avons plusieurs dizaines de membres et le nombre d'échanges, en trois ans, frôle les 200.» Là où le réseau arionais se distingue, c'est dans la foule d'activités qui se sont greffées autour de l'idée de base: des ateliers-échange, par petits groupes (yoga, guitare, théâtre impro...), un local pour les échanges et des loisirs pour les membres: balades, excursions... L'air de rien, tout en dopant la confiance en soi (qui ne serait pas fier d'enseigner son savoir?) le système vivifie le réseau des relations sociales (plus de barrières d'âge, ni de classes sociales) et, tout naturellement, brise la solitude. «Il y a beaucoup de gens seuls qui s'inscrivent au réseau pour sortir de leur isolement, explique Monique. Probablement une majorité. Ils ont toujours bien un savoir à transmettre.» C'est le cas de cette dame, veuve et dépressive.

Inscrite d'abord pour un échange «montage de fleurs», puis pour un atelier de conversation anglaise, elle a peu à peu repris du poil de la bête. Elle s'occupe aujourd'hui des devoirs de deux petites filles étrangères dont elle est un peu devenue la grand-mère. Sa nouvelle raison de vivre, dit-elle. Une excellente idée donc pour briser la solitude. Et s'il n'y a pas de réseau d'échange de savoirs dans les environs, pourquoi ne pas en créer un. Comment? On réunit un coordinateur et une petite équipe motivée afin de gérer les échanges (recueillir les offres et les demandes, réunir les gens...) On trouve six ou sept personnes offrant un savoir. Et on fait circuler une feuille d'explication dans le quartier avec les premières propositions. Un conseil: mieux vaut aller jeter un œil sur le fonctionnement des autres réseaux, ça donnera des idées. Un contact intéressant: la coordination centrale des Réseaux d'Échange de Savoirs, au 02 209 63 90 (lundi et jeudi matin, mardi après-midi). Réseau d'Échange de Savoirs ResSource, av. Zinne 16/15, 1200 Anvers. Téléphone: 063/21 80 74, www.resresource.be 18 h 30 à 20 h.

J'ai souffert de la solitude pendant longtemps: mari parti, mauvaise ambiance au travail... Jusqu'à ce qu'une psychiatre me conseille de m'inscrire dans un groupe d'amitié de ma région. J'en ai trouvé un dans un tiroir-boîte et je m'y suis inscrite. C'était il y a neuf ans. J'en suis ravie. Activités pour tous les goûts, sorties et de nombreuses rencontres. Ça m'a fait du bien. (Christine, 43 ans)

La solitude, à la maison me semble bien légère tant que j'ent'ouvre sa prison.

Le miel et le pain sur la table: l'étoile de mer sur le sable ou bel équilibre bien stable!

Je me suis prise par la main: avancer, regarder plus loin, peiner aux autres nous ôève vers des états plus chaleureux.

Dans mon cœur, il y a du monde et chacun entre dans ma main: je suis la solitude heureux. Les amitiés sont chaleureuses je ne suis plus une étrangère. Le bonheur fleurit ma maison. (Jacqueline, Enghien)

Afin de recenser un maximum d'associations et d'initiatives contre la solitude, nous faisons appel à vous, particulières, communes ou associations. Faites-nous connaître ce qui existe près de chez vous. Et continuez à nous adresser vos demandes, suggestions ou témoignages. Femmes d'Aujourd'hui, «Solitude: ensemble agissons», rue Neerveld 105, 1200 Bruxelles. E-mail: femmesdaujourd'hui@sanoma-magazines.be.

Illustrations: Vanessa Desfontaine

211 Femmes d'Aujourd'hui 198 | 2002

FICHE CONTACT

MÉDIA:

Femmes d’Aujourd’hui

Rue Neerveld 109 – 1200 Bruxelles

Tél.: 02-776 28 50 - Fax: 02-776 28 97

PERSONNES DE CONTACT:

Christelle Gilquin, journaliste

Tél.: 02-776 28 54 – E-mail: c.gilquin@sanoma-magazines.be

Catherine Pirlot, coordinatrice du projet

Tél.: 02-776 26 64 – E-mail: c.pirlot@sanoma-magazines.be

AUTRE PERSONNE IMPLIQUÉE:

Anouck Van Gestel, rédactrice en chef

MONTANT ACCORDÉ : 25.000 EUROS



BEL-RTL

'VOTRE QUESTION NOUS INTÉRESSE'

Description du projet

La rubrique 'Votre question nous intéresse' préexistait au programme 'Médias et Citoyens' de la Fondation Roi Baudouin. Il s'agit d'une émission d'aide aux citoyens, programmée du lundi au jeudi, sur *Bel-RTL*, dans le cadre du journal 'Bel RTL soir' à 18 heures 35. Cette émission a pour but de résoudre définitivement les problèmes soumis par les auditeurs, tout en les impliquant dans la recherche de solutions. L'auditeur est invité à se procurer lui-même des documents, à se déplacer... Les problèmes traités sont de natures diverses: administrative, commerciale, juridique ou sociale.

Dans l'évaluation que *Bel-RTL* a faite de son projet, la radio a proposé quelques exemples de son action. Ainsi, "une institutrice de l'enseignement spécial bruxellois, Marcelle de Meise, a été victime d'un cancer. Elle a arrêté de travailler durant cinq mois durant l'année scolaire dernière. Durant sa convalescence, elle n'a touché que 80 % de son salaire, alors que la maladie, dont elle a été victime, est considérée comme grave et n'entraîne pas de sanctions. Elle voulait obtenir un rendez-vous devant la commission des pensions, mais en vain. Nous avons fait les démarches. Elle est passée devant la commission et va récupérer ses deniers."



D'autres cas sont relatés par *Bel-RTL*: "Roger, de Saint-Nicolas, a fait construire sa maison avec des briques considérées comme de haut de gamme. Mais ces briques souffrent d'un vice de fabrication et sa façade est très endommagée. Après plusieurs contacts personnels entre l'auditeur et la société, nous sommes intervenus et avons obtenu une indemnisation de 30.000 €, soit le montant de l'expertise engagée par Roger..."

Eloïse, de Sambreville, a voulu passer commande auprès de la société de vente par correspondance Neckermann. Sa commande a été refusée. En voulant savoir pourquoi, Eloïse a appris qu'elle avait été victime du scoring (une méthode statistique qui écarte les mauvais au profit des bons payeurs). Eloïse n'avait jamais passé commande auprès de cette société, elle n'avait pas demandé de crédit... sa commande a été refusée tout simplement parce qu'elle habite à Sambreville, une région financièrement défavorisée aux yeux de Neckermann.

Cédric est un jeune entrepreneur wallon de 21 ans. Il vient de reprendre un garage de mécanique auto mais est débordé de travail. Il aurait aimé engager un ouvrier ou un apprenti... chose impossible à moins de 23 ans ! Il passera par le PFI (plan formation insertion). Un chômeur va faire un stage chez lui, sera ensuite engagé avec subsides et aide à l'emploi..."

L'émission existant sans l'appui de la Fondation Roi Baudouin, le groupe d'accompagnement du projet avait demandé à *Bel-RTL* quel serait l'aspect novateur de sa démarche. Pour la radio, il s'agissait clairement d'une évolution d'un concept existant. Deux éléments concrets se dégagent. D'une part, il s'agissait de créer une cellule "service" avec l'aide du Barreau, de la fédération royale des notaires belges et d'huissiers. D'autre part, une personne serait affectée au suivi administratif des affaires traitées. L'intention était de fournir un appui, matériel et intellectuel, tout au long du processus de recherche de solutions.

Dimensions de participation citoyenne

Bel-RTL, dans son évaluation, a indiqué la dimension d'**accessibilité des informations**, comme axe de son travail. En prenant en charge un problème individuel, explique Isabelle Morgante, la journaliste qui a porté ce projet avec Jean-Jacques Deleeuw, alors rédacteur en chef, c'est toute la communauté que nous entendons informer. Chaque cas donne lieu à la communication de références et d'adresses d'associations ou de services utiles. L'apport de la Fondation a permis la rédaction de fiches qui viennent d'être mises en ligne sur le site Internet de la radio.

La dimension de **recherche de solutions** a, évidemment, également été soulignée. Il s'agit là de la définition même de ce type d'émission. Mais Isabelle Morgante a, à plusieurs reprises, insisté sur le fait que le rôle de Bel-RTL était bien de proposer une sorte de rôle de médiation. Il s'agit de trouver un terrain d'entente, mais également de pousser le citoyen à faire un premier pas dans ses démarches.

Toujours selon cette même logique, il ne s'agissait pas d'être à la fois juge et partie, mais de donner la parole à chacun, de manière équitable, pour écouter les points de vue. En ceci, le projet de Bel-RTL participe bien de la dimension d'**appui au dialogue et à la concertation**.

Enfin, les promoteurs de cette opération ont largement insisté sur la dimension de responsabilisation de l'auditeur. En cherchant à faire participer activement l'auditeur à la recherche de solutions, Bel-RTL place son émission dans une approche radicalement opposée à l'assistanat ou au moralisme.



POST-SCRIPTUM

Donner la parole aux auditeurs est, de l'avis même des promoteurs du projet, une marque de fabrique de Bel-RTL. Le simple fait de laisser la personne expliquer le problème, auquel elle est confrontée, rend cette problématique beaucoup plus compréhensible pour l'ensemble des auditeurs. Ce travail de proximité peut sembler éloigné des objectifs du projet de la Fondation Roi Baudouin. Il relève, en effet, avant tout d'une stratégie rédactionnelle; celle-ci rencontrant des objectifs qu'on peut qualifier de citoyens.

Quelques traits de cette action dessinent cependant des pistes intéressantes de réflexion sur l'amélioration de ce modèle d'émission. Ainsi, le feed-back peut-il effectivement être pris en compte pour modifier le mode de travail. Isabelle Morgante explique ainsi que, lors d'une saison précédente, les auditeurs avaient souhaité être davantage tenus au courant des différentes étapes menant à la résolution du problème. Ce souhait a donné lieu à la création de brèves intitulées "bonnes nouvelles".

Le fait de placer ce type de projet dans un format existant, permet aussi de mettre au jour les limites d'une vision trop idéalisée de la participation citoyenne en entreprise médiatique. Ainsi, le choix des problèmes pris en charge par l'émission doit tenir compte des réalités commerciales de ce type d'information. Isabelle Morgante note que les sujets trop pointus ne concernent que peu de monde. Ils sont également moins compréhensibles. On peut en déduire qu'ils sont écartés au profit de sujets plus porteurs. Logique, ce mode de sélection entraîne la mise à l'écart de problématiques qui, d'un point de vue citoyen, peuvent présenter un intérêt au moins aussi grand que des sujets plus populaires.

Cette focalisation sur les impératifs de production de l'entreprise médiatique ne saurait masquer un réel effet de levier social. Au-delà des cas individuels, l'émission de Bel-RTL a permis de résoudre des problèmes touchant un large public. C'est également la pression de l'audience de la radio qui permet d'agir dans la recherche de solutions. Ainsi, lors d'une saison précédente, Bel-RTL a obtenu des remboursements importants de la part de l'Inami, pour des personnes dont la maladie n'était pas reconnue. Dans ce type de cas, le public prend corps sous une forme active et différenciée. Il ne s'agit pas d'une masse d'individus, mais de cas concrets, individualisés, que le public aide à résoudre.

Cette émission offre l'avantage de ne pas être ponctuelle. Son action semble faire partie d'une stratégie rédactionnelle volontariste. Elle présente donc l'intérêt d'offrir un lieu où les liens entre médias et citoyens peuvent encore se développer. Bel-RTL note un inconvénient à son mode de fonctionnement: un même sujet n'est jamais traité deux fois sur antenne. Ce risque d'épuisement peut cependant sembler mineur. Par contre, le progrès de la formule se mesurera à l'utilisation du stock de connaissances que l'émission amasse. Les demandes sont de plus en plus nombreuses et les informations se multiplient. L'organisation et la mise à disposition des données recueillies détermineront l'effet démultiplicateur.

Illustration

Lors de la sélection du projet, le jury avait encouragé la constitution progressive d'une base de données accessible sur Internet reprenant des solutions déjà proposées sur antenne. Une première série de fiches seront mises en ligne début 2004.

Votre avis est important

Info | Emissions | RTL Mag | Communiquer | Services

RTL.be de A à Z

EMISSIONS BEL RTL

VOTRE QUESTION NOUS INTERESSE

«Votre question nous intéresse» est une rubrique d'aide aux consommateurs mise à disposition des auditeurs de Bel RTL.

Cette rubrique est diffusée du lundi au jeudi, vers 18 heures 33, dans le cadre du Bel RTL soir, présenté par Barbara Mertens et Pascal Vrobas.

L'objectif est simple: apporter une solution concrète et définitive aux problèmes rencontrés par nos auditeurs dans la vie de tous les jours.

Un litige avec une société, un retard dans un dossier, des correspondances qui traînent, un conflit avec une administration... Bel RTL, tente de vous aider et de mettre fin à vos soucis.

Cela dit, nous demandons aux auditeurs de participer activement à la résolution de leur problème par exemple en nous communiquant des documents.

Envoyez votre question via notre formulaire ci-contre >>>

Ce formulaire vous permet de nous exposer votre problème afin que nous puissions, peut-être, le traiter dans notre rubrique quotidienne. Envoyez vos coordonnées complètes et expliquez-nous brièvement le litige dans lequel vous êtes victime. Nous tenterons d'y répondre le plus rapidement possible.

Nom:

Prénom:

E-mail:

Adresse:

Code Postal:

Téléphone:

Votre question:

Envoyer

www.rtl.be, 4 décembre 2003

FICHE CONTACT

MÉDIA:

Bel-RTL

Avenue Ariane 1 – 1201 Bruxelles

Tél.: 02-778 69 11 - Fax: 02-778 69 12

www.rtl.be

PERSONNE DE CONTACT:

Isabelle Morgante, journaliste

GSM: 0496-48 61 42 - E-mail: imorgante@rtl.be

AUTRE PERSONNE IMPLIQUÉE:

Jean-Jacques Deleeuw, directeur général

MONTANT ACCORDÉ : 9.890 EUROS

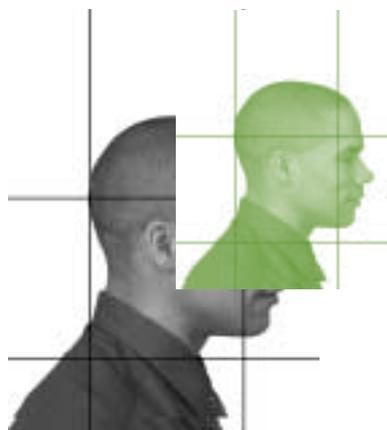


SUD PRESSE 'JOURNAL DE CLASSE'

Description du projet

Les différentes éditions du groupe de quotidiens régionaux Sud Presse ont pris le parti de la démarche d'ampleur. Sud Presse a travaillé avec dix classes pour chacune de leurs douze éditions (réparties sur quatre titres: *La Meuse, La Nouvelle Gazette, La Province, La Capitale*). Au total, ce sont 120 classes de 5e année de l'enseignement général qui ont participé à cette opération, soit un total de 3.000 élèves. Il s'agissait de parvenir à une réelle collaboration entre les élèves, leurs professeurs et les journalistes professionnels. Cette initiative avait un but pédagogique relativement classique: permettre aux élèves de découvrir les réalités d'une entreprise de presse. Mais elle entendait aussi promouvoir la participation citoyenne aux médias en permettant aux jeunes de prendre part à la production journalistique.

L'objectif pédagogique pourrait donc sembler accessoire. Il a pourtant pris une part importante dans le travail et la réflexion de Sud Presse. Les promoteurs du projet ont mis en exergue le constat que ces jeunes acteurs de la société - qui sont également les consommateurs de la presse de demain - connaissent peu ou mal les



médias et leurs contraintes. Pour pouvoir se situer de manière autonome dans une société marquée par la communication médiatique, il apparaît au moins aussi important de cerner ces enjeux que de participer, de manière peut-être trop occasionnelle, à une production médiatique. Il s'agissait donc de faire prendre conscience à ces élèves que l'idée (et l'idéal) qu'ils se font de la presse écrite est, peut-être, bien éloignée de la réalité. Plusieurs paramètres, comme les contraintes de temps et de techniques, semblaient pouvoir être concrètement perçus à l'occasion de cette expérience.

Les élèves ont donc réalisé un travail de reportage de terrain, d'une durée de trois semaines par classe. Il s'agissait de découvrir sa commune, ses rouages, sa vie politique et sociale. Il importait également de mettre en perspective les faits d'actualité du quotidien des citoyens de la commune concernée. Cet exercice de démocratie et de dialogue avec l'autre s'est poursuivi dans l'expérience du travail journalistique lui-même. S'accorder sur un produit journalistique commun à la classe ne va pas sans échange d'arguments et d'analyses, ni sans prise de décision collective. Concrètement, ce sont deux pages de quotidien que chaque établissement a eu à réaliser complètement.

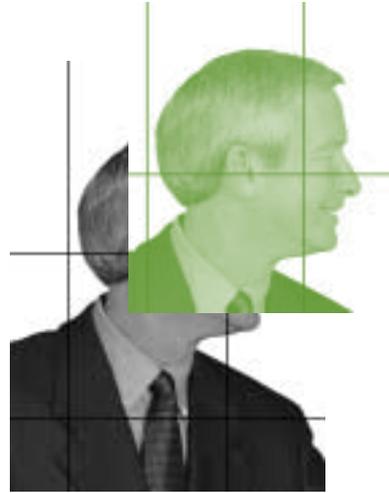
Cette opération s'est terminée par un concours où toutes les classes étaient en compétition. Un jury composé de personnes issues des médias, du monde de l'éducation ou du monde politique, a départagé et récompensé le travail fourni par chaque classe. C'est le Collège de la Providence, de Herve, qui a remporté ce concours, pour son excellent travail d'équipe et pour la qualité de ses reportages.

Le projet a bénéficié d'une double valorisation. Au sein du média lui-même, d'une part, l'opération a fait l'objet d'une animation dans les différents titres, avant et après l'opération. D'autre part, une campagne de valorisation a été menée au cœur des écoles. Il est aussi intéressant de relever que l'organe de presse avait prévu une évaluation de l'initiative par ses acteurs, sous forme d'un questionnaire. Outre l'information de feed-back que permet cette évaluation, on relèvera qu'elle a été organisée en vue d'une amélioration de l'organisation d'une

opération similaire, pour l'année ultérieure. La répétition est, évidemment, un trait capital de l'effectivité d'une participation citoyenne. Le caractère trop ponctuel de certaines opérations limite peut-être leur rôle à une sorte de gadget démocratique, voire à une simulation de participation. On notera, à l'inverse, que la répétition n'est pas le seul indice de la réalité de cette participation. De nombreux exemples, détaillés dans ce rapport, montrent comment une opération ponctuelle peut servir de déclencheur à une réflexion interne à la rédaction.

Dimensions de participation citoyenne

Didier Hamann, rédacteur en chef de Sud Presse, a porté ce projet. Lors de son évaluation, il a souligné sa dimension d'**(inter)action sociale favorisée par l'information**. Dans le cadre du programme d'ensemble organisé par la Fondation Roi Baudouin, le groupe d'accompagnement des projets avait proposé des recommandations aux porteurs des différentes opérations. Sur cette base, les articles de Sud Presse se sont davantage intéressés aux associations actives sur le terrain local: maisons de jeunes, collectifs... Les élèves se sont ainsi penchés sur l'asbl Collectif logement à Hannut, le Centre pour l'accompagnement des toxicomanes Actolux à Arlon, ou encore le Conseil communal des jeunes à Morlanwelz.



Les jeunes journalistes ont visiblement tenté de mettre l'accent sur les acteurs formels et informels qui font la vie de leur commune. Cette "information de proximité" visait à concerner le lecteur. Mais il s'agissait aussi de l'inciter éventuellement à participer davantage à la vie communale. De petits encarts ont été spécialement utilisés à cet effet. Ils proposaient toutes les informations permettant d'agir sur la problématique évoquée.

La découverte des réalités journalistiques a également agi en ce sens. Les jeunes ont, en effet, dû lutter contre des représentations idéalisées du journalisme. La tentation naturelle était de rencontrer des "stars" de leur environnement. Rencontrant une part importante du travail de localier, ils ont été surtout à la rencontre des personnes plus discrètes de leur région.

Le public et la communauté ont été mis au centre du fonctionnement et du produit du média. L'**orientation sur le public** s'oppose à l'orientation du média sur lui-même. Dans ce cas, il est évident que les journalistes, par l'entremise des jeunes, ont été à la rencontre de ce qui se passait dans les communes. Tous les sujets ont été orientés vers les acteurs du terrain local. De ce point de vue, le projet de Sud Presse est bien **orienté vers la communauté**. Malgré sa qualité, on notera cependant que la démarche aurait pu être complétée par un retour du public sur l'information. Un forum Internet, comme un espace courrier spécifique dans le journal, auraient pu orienter le choix des sujets. Dans le cas présent, la démarche journalistique est demeurée classique. Ce sont les rédacteurs —dans ce cas, les jeunes— qui ont décidé de l'opportunité de l'information. Le public n'a la parole qu'au travers des interviews. Ce trait est compréhensible si l'on tient compte du caractère pédagogique de découverte de la réalité journalistique que l'on a évoqué. Le produit réalisé est d'ailleurs révélateur de ce choix. On ne peut qu'être frappé, à la lecture des pages de Sud Presse, par le classicisme et le professionnalisme du travail final.

Ceci ne signifie pas, pour autant, que les journalistes ont réalisé le travail à la place des jeunes. Toujours dans cette optique d'**orientation sur la communauté**, ils disent eux-mêmes avoir dû mettre de côté leurs réflexes du scoop ou de l'information sortant de l'ordinaire, pour laisser toute sa place à l'information discrète, concernant des personnes, en apparence, banales. Les professionnels ont dit à quel point cela les faisait retrouver une proximité à la population dont ils parlent. La propreté de la voirie à Uccle, la piscine et les nouvelles technologies à Woluwe-Saint-Pierre, la prise en charge de la délinquance juvénile à Wauthier-Braine... Toutes ces informations ont été dictées par l'actualité quotidienne des communes. Les articles, qui traitent de ces problématiques, campent des acteurs de terrain capables de faire évoluer les choses.

Si l'on a dit la petite limite de ce projet, qui ne propose pas de contacts permettant au lecteur de rebondir, il présente néanmoins une réelle dimension de **recherche de solutions**. Les élèves ont pu se rendre compte

qu'ils pouvaient agir concrètement sur les problèmes de société qui se présentent à eux. Ils ont aussi réalisé que les décideurs n'étaient pas inaccessibles, qu'ils pouvaient les interpeller facilement avec la garantie d'être soutenus par un média. Il y a là un apprentissage à une action de citoyen inséré dans sa commune. Mais c'est également une éducation au rôle des médias, perçus non pas comme extérieurs à la vie politique, mais comme délégation de l'opinion publique. Ce trait est particulièrement sensible dans le traitement que les jeunes ont fait de dossiers par lesquels ils ont pu soit sensibiliser le public, soit chercher des solutions concrètes: "À l'écoute des enfants des détenus à Nivelles", "Circulation, un éternel goulot à Malonne"...

Bien que les promoteurs du projet Sud Presse ne les relèvent pas, on peut noter que d'autres dimensions de participation citoyenne sont mobilisées dans cette démarche. Nous pointerons tout d'abord le travail sur des **informations compréhensibles et accessibles**. L'information est ici révélée et traitée par des enfants. Bien que les professionnels de la presse soient présents dans ce travail, on peut relever un usage de mots simples et de formules claires. Sans connaissance préalable des sujets, les jeunes se sont appliqués à comprendre et à restituer les informations avec une sorte de virginité qui peut parfois manquer à des professionnels rompus à ces problématiques. Par ailleurs, les enfants ont traité de lieux qu'ils connaissent. Publiés dans les éditions régionales, ces articles s'inscrivent dans une communauté de connaissances partagées par la localité. Au-delà de la compréhension commune, le fait que ce soit des enfants du lieu qui écrivent dans le journal ne peut que créer un sentiment de valorisation de ces informations.

On peut également penser qu'une seconde dimension est présente dans ce projet. Il s'agit des **informations positives**. Les articles s'intéressent le plus souvent à des initiatives ou à actes positifs pour la commune: "J'M ou un magasin plus solidaire à Namur", "Besoin d'un peu de détente ? Plongez sur le RAVeL à Gosselies"... Ces articles laissent nettement transparaître un réel enthousiasme. À l'opposé, lorsqu'il s'agit de sujets plus difficiles, on constate que les élèves n'hésitent pas à les traiter sans enjoliver la réalité. Mais ils tiennent manifestement à y ajouter une touche d'espoir: "L'intégration, véritable parcours du combattant ?", à Florennes, ou "Comment réussir avec des clous", à Gerpinnes.

POST-SCRIPTUM

Le projet de Sud Presse pourrait sembler relativement classique à l'exception de son ampleur. L'originalité n'est cependant pas un critère nécessaire pour travailler sur la participation citoyenne aux médias. Trouver une échelle d'intervention adaptée est sans doute bien plus intéressant. C'est sans doute une des caractéristiques du travail de Sud Presse, dans le cadre de cette opération. Les titres locaux se sont appuyés sur ce qui fait leur identité. Aux yeux des accompagnateurs de ces projets, cette série de pages présente trois intérêts majeurs.

Tout d'abord, cette ampleur de la démarche (3.000 élèves concernés) n'est pas qu'un tour de force. Elle démontre la capacité d'un média à proposer un travail réel au sein de la société. Une intervention plus ponctuelle, parfois plus originale, risquerait, à l'opposé, de ne servir que de prétexte ou de gadget. Le groupe régional a su profiter de ses forces et embrasser à la fois un territoire important tout en touchant les communautés locales.

Par ailleurs, en proposant à des jeunes de parler de leurs communautés, Sud Presse leur a fait découvrir leur pouvoir d'action sur la société. Mais cette prise de conscience d'une capacité politique présente l'avantage de la puissance d'un groupe régional. Même si on a souligné le fait que l'opération laissait peu de place à la prise en compte de la réaction des lecteurs, on ne peut que supposer un réel "effet miroir". La communauté locale qui voit des jeunes de la commune traiter de sujets, proches et quotidiens, dans un quotidien régional, ne peut que se retrouver dans cette démarche. Mais cette image n'est pas simplement renvoyée. Elle est "augmentée", sanctionnée par le support médiatique professionnel, qui l'accepte, et authentifiée par le fait que ce sont des enfants de la région qui l'ont produite. Cette prise de valeur de la réalité locale est capitale dans une prise en compte des enjeux citoyens des médias.

Enfin, l'évaluation que les professionnels peuvent faire d'une opération comme celle-ci ne peut qu'avoir un effet d'incitation à une plus grande implication dans la vie concrète. Le regard "naïf" que proposent ces jeunes sur des problématiques, parfois trop connues des journalistes, renouvelle l'évident intérêt de l'information locale.

Journal de Classe

MINISTÈRE DE L'ENSEIGNEMENT

Avec le soutien de la Communauté française de Belgique



FONDATION ROI BAUDOÛIN

"Journal de Classe" bénéficie de l'appui de la Fondation Roi Baudouin dans le cadre de sa campagne "Médias et Citoyens". Cette campagne soutient des initiatives journalistiques favorisant une citoyenneté active

Aujourd'hui les classes de 5e techniques et générales de l'athlète royale de Florence, classes de mines maurier et de Vigne

FLORENNES DEMANDEURS D'ASILE

L'intégration, véritable parcours du combattant?

En Belgique, les demandeurs d'asile sont pris en main par l'Office des étrangers

Lors de leur arrivée sur le sol belge, les demandeurs d'asile sont pris en main par l'Office des étrangers à Bruxelles. En fait, alors qu'un examen médical et certains vaccins indispensables.

Ensuite, on leur désigne le centre où ils résideront. Celui-ci s'occupera de leurs besoins durant la procédure de demande d'asile. La Belgique comprend plusieurs centres de demandeurs d'asile. Celui de Florennes est géré par Elisabeth Bernotte: il est aménagé dans d'anciens blocs de la base

aérienne et peut accueillir 300 personnes mais il en héberge actuellement 270.

L'arrivée au centre

A son arrivée, le résident reçoit un badge sur lequel seront reprises les principales informations le concernant et en lui désignent une assistante sociale pour l'aider à surmonter les multiples difficultés. Ensuite il se verra remettre un "Pack législatif" contenant le règlement de toilette: celui-ci sera renouvelé selon ses besoins. Pour se vêtir, il se rendra dans les vestiaires où sont soigneusement triés les dons de la population. Une seule veste par jour est autorisée pour chaque permissionnaire afin de maintenir une certaine organisation. Les vêtements sont entreposés dans les



Les enfants aussi doivent être pris en considération

lavoirs du centre gérés par le personnel. Les permissionnaires sont répartis dans les différents chambres soit en famille ou avec plusieurs autres demandeurs d'asile s'ils sont seuls. Chaque chambre dispose d'un évier et 25 douches sont mises à leur disposition.

Et la nourriture ?

En ce qui concerne les repas, le centre se fournit en gros, la nourriture est en suffisance mais il n'est néanmoins pas toujours facile de contenter tout le monde en respectant les différentes religions et le budget limité. Des études ont été effectuées

pour que les jeunes n'aient aucune carence. Les demandeurs d'asile doivent se présenter avec leur badge afin de contrôler la prise des repas. Afin qu'ils ne soient pas déçus dans leurs habitudes, le centre organisera prochainement des repas typiques.

Société, réinsertions...

Chaque demandeur d'asile reçoit 3,72€ s'il est adulte et 6,20€ s'il est étudiant. Il peut également participer aux diverses tâches du centre et se pose 3,86€ par jour (aucun travail en dehors du centre n'est autorisé). La socialité des jeunes est prise en main quinze jours après leur emménagement.

... et discipline

L'absence des étudiants est contrôlée. Le matériel relatif à la loi fourni par le centre. Un Mac spécial est réservé aux adolescents non-accompagnés.

Celui-ci ne peut accueillir que des garçons âgés de 14 à 20 ans. Ceux-ci sont logés dans des chambres de quatre personnes, le centre essayant au maximum de respecter les affinités et les nationalités.

Une certaine discipline est toutefois de rigueur. L'argent de poche peut se voir diminuer et parfois suspendu, tout comme les activités. Il n'est aucun centre qui n'ait le respect de la loi imposé et ce pour tout le monde: 7 heures en semaine et 9h30 le weekend. Il faut se dire que les permissionnaires ne sont en majorité que de passage: ils restent de 3 mois à 2 ans dans le centre. Ils n'ont donc jamais l'occasion de s'installer pleinement dans un environnement.

En ce qui concerne le personnel, celui-ci apprécie particulièrement son travail en raison des multiples contacts relationnels qui se créent avec les demandeurs d'asile. ■■

TEMOIGNAGES

Paroles de jeunes

Un jeune garçon de 13 ans vient d'Allemagne et est arrivé en Belgique il y a 6 mois. Il raconte son histoire. Il a d'abord passé quelque temps en Italie et a fait des petits boulots pour avoir de l'argent. Il voudrait aller en France pour travailler mais il n'a pas encore atteint sa majorité.

X, raconte...

X, 14 ans, d'origine belge est arrivé en Belgique il y a 2 ans et demi avec ses parents et sa sœur: « Nous vivons dans une petite chambre à quatre, et parfois il m'est impossible de lire ou d'écouter de la musique. » Elle voudrait retourner dans son pays mais elle sait que ce n'est pas possible. Son pays est déchiré par les conflits entre religions. Elle voudrait devenir avocate mais quelle sont ses espérances d'avenir ?

Et apprécient

Les jeunes demandeurs d'asile interrogés apprécient que le centre leur propose un certain num-

bre d'activités: beachvolley, basket ball, danse, fitness, salle de billard, une bibliothèque, atelier couture. Il y a aussi la possibilité de faire de la musique avec un professeur. Au programme: djembé, guitare, batterie...

Seulement 25 douches

Le centre est aussi équipé de matériel sportif et les éducateurs organisent tous les week-ends des soirées pour leur changer les idées. Mais ils déplorent que seulement 25 douches soient mises à leur disposition.

Venue d'Iran

Sepideh, 14 ans, vient d'Iran et est arrivée en Belgique il y a 9 mois. Elle a d'abord passé 5 mois en France et parle couramment 3 langues. Malgré son voyage, elle a beaucoup de difficultés à l'école. Comme X, elle vit dans une petite chambre avec ses parents et sa sœur. Elle ne veut pas retourner en Iran car il y a trop de problèmes.

Paradoxalement, l'Iran est un pays qui reçoit beaucoup de réfugiés.

Il faut savoir que 9 demandeurs d'asile sur 10 retournent dans leur pays car la procédure pour être reconnu réfugié est très longue et compliquée. Ils doivent passer un examen de recevabilité en présentant leur cas à l'Office des étrangers.

Procédure

En cas d'urgence il faut aller à un recours urgent qui les envoie devant le C.G.R.A. (pour Commission Générale aux Réfugiés et Apatriés). S'ils ne sont pas acceptés, ils vont au conseil d'Etat. Mais ce recours ne peut être suspendu.

Par contre si à l'Office des étrangers et à la C.G.R.A. leur cas a été accepté alors ils sont déclarés « réfugiés ».

Si au Commissariat Général aux Réfugiés et Apatriés ils sont refusés, ils vont se présenter à la C.P.R.E. (la Commission Permanente de Recours pour les Réfugiés). ■■

RÉFLEXION

Il faut aussi faire face à des réactions parfois racistes

La peur de l'étranger, de ce qui est différent par sa coutume et sa religion est un sentiment qui gagne parfois les Belges quand ils voient débarquer dans leur commune "des réfugiés" de demandeurs d'asile. C'est bien sûr parfois le cas à Florennes.

Ne nous vexons pas la face, nous sommes parfois confrontés à des réactions racistes.

Pas le choix

Mais, il faut penser que ces demandeurs d'asile ont quitté leur pays parce qu'ils n'avaient pas le choix. La guerre, la pauvreté les



Derrière, des êtres humains.

ont mis en danger de mort et la seule solution pour eux a été en désespoir de cause de s'expatrier.

Dès lors, pourquoi ne peut-on essayer de les comprendre, de ne pas les juger sans les connaître, de les aider et de les respecter comme tout être humain? ■■

Illustration

Lors de la sélection du projet 'Journal de classe', le jury avait recommandé au média de veiller à l'orientation "citoyenne" des thèmes traités par les classes, autrement dit d'aborder la vie politique et sociale de la commune et de ne pas (uniquement) traiter de sujets anecdotiques. La page reproduite ici témoigne de cet angle d'approche: les jeunes se sont intéressés au parcours des demandeurs d'asile, au fonctionnement du centre d'accueil de Florennes, aux conditions de vie de ses résidents et notamment des plus jeunes d'entre eux.

FICHE CONTACT

MÉDIA:

Sud Presse

Rue de Coquelet 134 – 5000 Namur

Tél.: 081- 20 83 95 - Fax: 081- 20 83 62

www.lameuse.be - www.lanouvellegazette.be

PERSONNE DE CONTACT:

Didier Hamann, rédacteur en chef

E-mail: didier.hamann@sudpresse.be

PARTENAIRE:

Ministère de l'Enseignement secondaire

MONTANT ACCORDÉ: 25.000 EUROS



NO TÉLÉ

'CRÉATION D'UN CENTRE DE VIDÉO PARTICIPATIVE EN MILIEU DÉFAVORISÉ'



Description du projet

Le projet de *No Télé*, télévision régionale du Hainaut occidental, consistait à mettre en place un groupe vidéo en milieu défavorisé. Ce travail a été mené en collaboration avec l'asbl Maison des Familles et le Service d'Aide à l'Intégration Sociale (SAIS). À l'origine de ce travail commun, *No Télé* avait posé une hypothèse: les personnes en difficultés sociales et économiques sont souvent exclues du débat citoyen. Le projet était donc de faire prendre en charge par ce type de personnes l'entière réalisation de reportages. Au-delà de cette production, ces réalisateurs occasionnels participeraient au débat qui suivrait la diffusion des reportages.

Plus généralement, *No Télé* entendait contribuer à "la formation à la relation humaine, à la maîtrise de la parole, à l'acquisition du droit d'expression dans les institutions démocratiques et les organes de gestion de la société". L'objectif était d'amener le groupe vidéo, par le biais de reportages diffusés sur *No Télé*, à une réflexion sur le fonctionnement des institutions, sur la société, sur sa manière de créer un dialogue social respectueux de chacun des partenaires. L'acquisition des compétences techniques et la compréhension des mécanismes de l'information ne sont, dès lors, perçues que comme des moyens d'atteindre cet objectif. Le travail médiatique en équipe, au sein de laquelle chacun doit trouver sa place et accepter le débat permanent, apparaissait comme un lieu d'apprentissage idéal de ces dimensions.

Au cours de nombreuses rencontres, les membres du groupe se sont réparti les tâches. Certains se sont concentrés sur le maniement de la caméra, d'autres sur la technique de l'interview, d'autres encore sur le montage. À terme, chaque membre devait se former à l'ensemble de ces tâches. Le groupe a alors choisi de réaliser des reportages sur les différents quartiers de la ville de Tournai. Au hasard des rencontres et des tournages, deux thèmes se sont dégagés prioritairement: la sécurité et le logement. Au fil de ses démarches, de ses recherches de contacts ou d'autorisations de tournage, le groupe s'est affirmé. Il s'est même donné un nom: les "Passe-Partout".

Dimensions de participation citoyenne

No Télé a développé son projet en le situant dans trois dimensions principales. Premièrement, il s'agissait de favoriser une **orientation sur le public et sur la communauté**. Au-delà de leurs problèmes personnels, les participants devaient être amenés à se sentir, eux aussi, concernés par les questions de société.

Dans la première émission, le groupe est allé à la rencontre des habitants et des commerçants du quartier de la gare de Tournai. Dans un premier





temps, l'émission a largement donné la parole aux citoyens de ce quartier. Ensuite, un débat, organisé et animé par les membres du groupe, a permis de sensibiliser le bourgmestre de la ville aux problématiques rencontrées.

Dans la seconde émission, le groupe a focalisé son attention sur le service de nettoyage urbain mis en place par la ville de Tournai. En donnant largement la parole aux employés chargés de collecter les déchets sur la voie publique, ainsi qu'aux deux échevins concernés, le groupe a interpellé les citoyens. Il a même fait appel à plus de civisme.

La **représentation pluriforme des différentes catégories sociales** est la deuxième dimension privilégiée par ce projet. Elle peut être décelée à deux niveaux. En interne, le groupe a été composé de personnes, en difficultés économiques et sociales, ayant connu des parcours parfois très différents (toxicomanie, alcoolisme, surendettement, troubles psychiatriques...), mais aussi de travailleurs sociaux. Deux éducatrices de

rue du SAIS, un assistant social et un formateur animateur de la Maison des Familles ont, en effet, fait partie intégrante de ce groupe. L'équipe bénéficiait également de l'apport de deux journalistes de *No Télé*. Lors de l'évaluation de ce projet, comme au cours des rencontres d'accompagnement de toutes les rédactions concernées par le programme de la Fondation Roi Baudouin, ces journalistes n'ont jamais caché une des difficultés liées à ce choix. Le vécu et le statut des différents participants ont parfois suscité des tensions, mais aussi de nombreux débats constructifs.

La représentation pluriforme s'est aussi affichée vers l'extérieur. En se baptisant les "Passe-Partout", le groupe a voulu marquer sa volonté d'ouverture à toutes les couches sociales, ainsi qu'à tous les sujets susceptibles d'être abordés. Dans les deux émissions réalisées, on retrouve ainsi les témoignages d'habitants, de commerçants, de policiers, d'ouvriers communaux et de responsables politiques. Jeunes et moins jeunes ont eu l'occasion d'exprimer leur point de vue sur les différents sujets abordés... Tant au niveau des interviews qu'au travers des présentations, les membres du groupe se sont exprimés face caméra. Ils se sont positionnés comme acteurs à part entière de la réflexion.

Troisième dimension privilégiée, la **participation au processus de production et au produit proprement dit** a été systématiquement organisée dans le mode de fonctionnement du groupe. Ses membres ont reçu une formation de base aux techniques de prise de vue et de montage. Mais chaque participant a également été très concrètement impliqué dans toutes les étapes du processus de production:

- choix du sujet;
- enquête;
- élaboration du scénario;
- prise de vue;
- interview;
- présentation face caméra;
- montage;
- mise en forme (titrage, musique...);
- animation de débat.

Toutes ces étapes ont fait l'objet de nombreuses discussions entre participants et journalistes. À l'issue de chaque réunion, un rapport a été rédigé. Chacune des émissions a été évaluée, tant au sein du groupe que des institutions concernées (Maison des Familles, *No Télé*, SAIS).

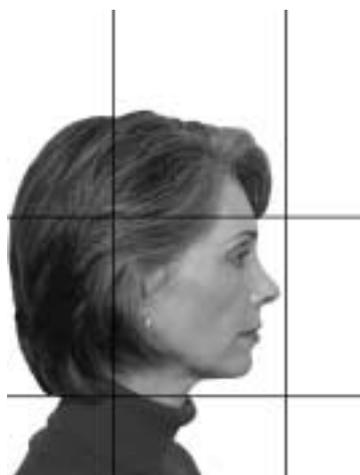
Au-delà de ces trois principales dimensions, *No Télé* a relevé cinq autres dimensions de participation citoyenne, plus ou moins présentes dans son projet. En travaillant en collaboration avec la Maison des Familles, *No Télé* a favorisé l'**interaction sociale**. L'action de la Maison a été mise en lumière, notamment par une campagne de promotion avant chaque émission. De même, les coordonnées de la Maison des Familles ont été indiquées dans le générique de chaque émission.

Par le choix des thèmes traités par le groupe au travers des différents témoignages (sécurité, logement, propreté publique), le groupe a privilégié les **informations de nature structurelle**.

La dimension de **recherche de solutions** est également présente dans l'interpellation du pouvoir politique. Dans un registre plus inhabituel, l'appel au civisme, lancé explicitement dans l'émission sur la propreté urbaine, relève aussi de cette dimension.

Le travail d'expression et d'échange des points de vue, au travers des interviews et des débats, participe de la dimension d'**appui au dialogue et à la concertation**.

Enfin, la dimension d'**informations critiques** est manifestement présente dans les deux émissions. Dans la première, le groupe fait une critique des logements insalubres, loués par des propriétaires peu scrupuleux. Mais il propose aussi une critique positive du travail de prévention réalisé, sur le terrain, par les agents de quartier. Dans la seconde émission, on retrouve cet équilibre avec une critique du comportement des citoyens peu soucieux de la propreté urbaine. À l'opposé, le groupe propose une critique positive du travail des "petits hommes verts", les agents communaux chargés de la propreté.



POST-SCRIPTUM

Pour ceux qui ont pu suivre l'évolution du projet de No Télé, une dimension politique de ce travail s'impose avec force. Répondre à l'appel d'une Fondation peut toujours se faire sous divers modes. Un projet peut être cosmétique: il peut s'appuyer sur des éléments existants, qu'on valorise pour l'occasion, comme il peut se plier aux exigences avec un minimum de contraintes. Le travail de No Télé s'est inscrit radicalement à l'opposé de ces tentations. Il figure parmi ceux qui ont le plus systématisé leur réflexion et leur action.

Sans doute, pour comprendre ceci, faut-il préciser que, dès le moment de sa candidature, cette équipe a inscrit son projet "dans la mission d'éducation permanente que la chaîne poursuit depuis sa création en 1977, notamment au travers des émissions communautaires". Plusieurs fois, au cours des réunions d'accompagnement des projets, Jean-Pierre Winberg, le directeur de No Télé, a rappelé que le travail effectué était l'application logique de cette option politique. Elle n'est pas sans conséquence.

La masse de documents de travail élaborés par les différents partenaires en témoigne. Les membres de cette équipe ont manifestement beaucoup investi dans le projet. Carole Amorison, une des deux journalistes impliquées directement dans le groupe, en a témoigné sans ambages. Elle a noté que la mise en œuvre a engendré de nombreuses discussions, a parfois généré des conflits et a nécessité de nombreux compromis. La logique de rigueur et de productivité journalistique a éprouvé pas mal de difficultés face à l'instabilité et au besoin de socialisation des participants. Le respect de l'horaire ou des engagements a parfois posé de véritables difficultés. De même, la différence de statut entre des journalistes rémunérés et des participants qui travaillent bénévolement, avec parfois le sentiment d'être exploités, a fait problème. Pour résoudre cette crise, le président de la Maison des Familles a dû repréciser l'origine et le sens du projet. Cet effort de transparence a été apprécié par les membres du groupe. Il a permis de poursuivre le travail de groupe. Enfin, la coordination entre le travail des assistants sociaux, des éducateurs de rue et des journalistes n'a pas toujours été simple. Soumis à des contraintes différentes, mus par des objectifs de production distincts, ils ont dû expérimenter des méthodes de travail spécifiques. Dans leur évaluation du projet, ils reconnaissent ne pas encore avoir trouvé la formule idéale.

Malgré la charge de travail, malgré le découragement parfois perceptible, le résultat de cet investissement vaut la peine d'être souligné. Les membres du groupe ont acquis une véritable autonomie. Ainsi, le débat organisé avec le bourgmestre à l'issue de la première émission n'a dû faire l'objet d'aucune intervention journalistique sur antenne... Le souci de participation de ces personnes a été poussé jusque dans des choix formels: toutes les interviews ont été filmées en plan large, de manière à les inclure dans l'image. Au-delà du travail avec le groupe, les réactions des téléspectateurs ont été nombreuses et positives. L'authenticité du ton, son amateurisme ont fait mouche auprès des téléspectateurs, notent les journalistes. Sans doute cette authenticité est-elle aussi le fruit de l'ensemble de la démarche. Un indice ne trompe pas dans l'énonciation des journalistes de No Télé. Lorsqu'ils parlent du groupe, ils s'y incluent, tout comme les travailleurs sociaux. Dans la complexité de rapports parfois tendus, ce projet a été porté collectivement. La place faite ainsi à d'autres acteurs, par les professionnels des médias, est le révélateur d'un réel renversement du modèle journalistique traditionnel. Cette ouverture au citoyen, bien que difficile à plus d'un égard, ne relève en rien de la démarche cosmétique.



Illustration

Dans la deuxième émission, les "Passe-Partout" se sont intéressés à la propreté en ville. Comme l'illustre l'extrait suivant, le groupe a largement interrogé les employés communaux, cherchant à connaître leurs conditions de travail, la manière dont s'organise à Tournai le nettoyage du centre-ville.



'Balayez devant votre porte !', No Télé, 17 juin 2003

Un membre du groupe des "Passe-Partout": "Désagréable pour vous ? Et pour ceux qui les ramassent alors ! À Tournai ils sont une dizaine dont c'est le métier: les petits hommes verts comme on les appelle. Nous sommes allés les rencontrer. (...)

Eh bien voilà, on fait le tour de la place ici, tout à fait en début de matinée, il est quelle heure maintenant ? Je crois que ça approche les 7 heures. Et je vais vous demander comment se passe votre travail et à quelle heure vous commencez d'habitude ?"

Henri Batart: "A 5 heures chaque fois. (...) Tous les jours. Cela fait plus ou moins 14-15 ans."

Le "Passe-Partout": "Qu'il pleuve ou qu'il vente, vous êtes toujours là ?"

Henri Batart: "Toujours, c'est mieux quand il pleut vous savez, c'est beaucoup plus propre !"

FICHE CONTACT

MÉDIA:

No Télé

Rue du Follet 4c – 7540 Kain

Tél.: 069-89 19 19 - Fax: 069-89 19 20

www.notele.be

PERSONNES DE CONTACT:

Jean-Pierre Winberg, directeur

E-mail: jp.winberg@notele.be

Carole Amorison, journaliste

Tél.: 069-89 19 39 – E-mail: c.amorison@notele.be

Laurence Journe, journaliste

E-mail: l.journe@notele.be

PARTENAIRES:

La Maison des Familles asbl

Service d'aide à l'intégration sociale de la Ville de Tournai

MONTANT ACCORDÉ: 15.600 EUROS



LE LIGUEUR

‘PARENTS, COMMENT RÉPONDRE À VOS JEUNES DEVENUS ÉLECTEURS ?’

Description du projet

À l’occasion des élections fédérales de mai 2003, *Le Ligueur*, magazine hebdomadaire de la Ligue des Familles touchant près de 300.000 lecteurs, avait choisi de proposer une aide aux parents confrontés aux questions de leurs enfants futurs électeurs. Par extension à ce projet, *Le Ligueur* espérait recueillir directement les questions des adolescents et pouvoir y répondre dans ses pages. Ainsi, il se créerait un dialogue entre parents, enfants et journal. Le journal a donc publié une page par mois, en janvier et février. Deux pages ont été publiées en mars et en avril, alors qu’on passait à trois pages en mai et juin. Dans chacune de ces pages, il s’agissait de répondre à des questions que les jeunes, ou leurs parents, se posent à l’approche des élections fédérales. Ces réponses ont été élaborées en collaboration avec un partenaire reconnu pour la qualité de ses travaux, le Crisp (Centre de recherche et d’information socio-politique). Pour ces deux acteurs, il s’agissait de vulgariser une matière complexe, en évitant une simplification excessive tout en répondant aux questions. *Le Ligueur* a également proposé des outils aux citoyens, pour qu’ils puissent agir directement au sein de la société sur le plan local, dans leur vie quotidienne ou à l’école.



Parallèlement au support papier, *Le Ligueur* a créé un ‘Village citoyen’ sur le site Internet de la Ligue des Familles. Sur ce site sont repris les questions et réponses éditées dans le journal, les outils de la démocratie, ainsi que des témoignages ayant trait à la démocratie. Cinq thèmes y sont également développés au travers d’un forum et par des suggestions de liens thématiques: la démocratie dans la commune, dans la famille, dans la vie quotidienne, à l’école et dans le cadre des élections. Le site donne la possibilité à ses visiteurs de répondre à des questions ou de témoigner sur ces thèmes: Comment cela se passe-t-il chez eux, dans leur vie quotidienne ? Est-ce qu’ils font entendre leur voix quand ils en ont l’occasion ? Est-ce qu’ils se sentent écoutés par ceux qui prennent les décisions ?... Enfin, d’autres éléments permettent de mieux se familiariser avec la citoyenneté et la vie politique du pays. Des quiz interactifs sont proposés, des interviews, des témoignages...

Dimensions de participation citoyenne

Dans l’évaluation qu’elles ont faite de leur projet, Myriam Katz, rédactrice en chef, et Natalie Slegers, responsable du site Internet, ont mis en exergue la dimension de **compréhensibilité des informations**. Les questions et les réponses, proposées par *Le Ligueur*, s’adressent naturellement aux parents et surtout aux jeunes électeurs pour les aider à clarifier le geste qui, par nature, signifie l’implication citoyenne dans la société. Une telle information devait tenir compte du fait que ces lecteurs n’avaient probablement pas la culture politique nécessaire à la compréhension du vocabulaire complexe utilisé en cette matière. *Le Ligueur* a donc pris pour option rédactionnelle de se mettre dans la peau d’un jeune de 18 ans, qui se prépare à voter pour la

première fois. Ceci influe sur la sélection des informations, mais aussi sur la technique d'écriture simple, courte et concrète. Dans chacune de ses éditions, le magazine a contextualisé son intervention par un même chapeau: "Les élections approchent... À cette occasion, *Le Ligueur* souhaite interpeller les jeunes électeurs..." La compréhensibilité des informations est aussi renforcée par le fait que l'information est accessible sur le site Internet de la Ligue des Familles. Donc pour un public encore plus large que celui des abonnés au *Ligueur*.

"Le démontage des mécanismes électoraux et des droits du citoyen-lecteur à partir de ces questions —et plus particulièrement celles des plus jeunes d'entre eux— avec retour sur certaines problématiques plus questionnées par le public (notamment les votes blancs et nuls) a accru la compréhension de cette matière difficile", notent les promotrices du projet. "Il est toujours possible de rendre l'information encore plus accessible mais cela demande énormément de temps (traduire des notions compliquées avec des mots simples sans les dénaturer) et d'espace aussi. Or, un journal ne peut indéfiniment augmenter ses pages sans faire exploser le budget. Des pages ont été rajoutées cependant, afin de ne pas affaiblir le projet (Présentation des partis et de leurs programmes)."

Prêter attention aux acteurs formels et informels de la société civile est l'un des moteurs de l'interaction sociale. De ce point de vue, le projet du *Ligueur* a, sans aucun doute, traité des **informations favorisant l'interaction sociale**. Le magazine a fait appel à tout un panel d'acteurs. Implantée dans le secteur associatif, la Ligue des Familles a su s'appuyer sur ses réseaux pour mobiliser divers milieux. Les lecteurs ont été sollicités, dès décembre 2002, par le site Internet, en se centrant sur quelques questions précises: Qu'est-ce qu'une liste électorale ? Puis-je me présenter comme candidat aux élections ? À quoi sert une élection ? Pourquoi est-il important de voter ?...

Les écoles ont été sollicitées par l'intermédiaire d'enseignants qui avaient déjà été partenaires d'autres opérations, ou par l'intermédiaire du Crisp. Il est à pointer que ces acteurs sont fortement en demande de matériel pédagogique "vulgarisé".

Les familles, enfin, ont été mobilisées par les régionales et locales de la Ligue des Familles.

Ces divers efforts de mobilisation et la publication des premières pages ont amené de nouveaux partenaires à l'opération: des AMO (Dinant principalement), des opérations menées par d'autres associations comme 'Si j'étais ministre...' (à l'initiative de la COJ), Solidarité...

La réalisation des pages elles-mêmes a été menée au départ de questions, avis et témoignages récoltés. Au fil des semaines, la présentation de ces pages a évolué en fonction de ces éléments. La rubrique s'est enrichie de témoignages de jeunes, et de moins jeunes, d'expériences de citoyenneté, mais aussi de documents envoyés spontanément par les lecteurs.

Cette intrication dans un réseau dense comporte également une dimension d'incitation à l'action. Dans plusieurs numéros, *Le Ligueur* a présenté différentes actions comme 'Les fêtes de la citoyenneté' à Ath, la démocratie à l'école, etc.



Myriam Katz et Natalie Slegers, dans leur évaluation, ont également insisté sur une autre dimension de leur projet: la **neutralité pluraliste**. *Le Ligueur* a contribué activement à l'instauration d'un échange avec ses lecteurs. Le but du journal était aussi de conscientiser les jeunes par rapport à l'échéance des élections. Il a fait comprendre à ses lecteurs que, pour voter, il faut connaître les outils dont on dispose et savoir comment fonctionnent les institutions du pays: "Les élections fédérales nous ont donné l'occasion de revenir sur les droits et mécanismes électoraux en les démontant, pièce par pièce, rappelant ainsi l'importance de la participation du citoyen à la démocratie par le jeu de l'élection. Elles étaient aussi un prétexte en or pour s'intéresser à la manière dont le citoyen peut jouer un rôle actif dans la vie démocratique par-delà (et au-delà de) l'exercice de son droit de vote. Passage en revue, donc, des diverses pratiques existant aujourd'hui sans en privilégier une en particulier, mais avec une remise en contexte et une attention portée sur leurs limites en termes de gain démocratique. Afin de sauvegarder cette approche en surplomb, garante de notre pluralisme, nous avons pris la précaution de distinguer cette information « neutre » portée principalement par notre partenaire, le Crisp, des expériences et témoignages plus personnels, envoyés par nos lecteurs et partenaires de terrain..."

Bien que cette dimension n'ait pas été retenue par *Le Ligueur* dans son évaluation, on notera qu'une grande part du travail réalisé par le Crisp répond à la dimension **d'informations de nature structurelle**. L'extrait de l'évaluation, qui vient d'être cité, en est la démonstration.



POST-SCRIPTUM

La démarche du Ligueur est assez atypique, au regard des autres projets. Elle est aussi ambitieuse et délicate. Expliquer les mécanismes électoraux et les droits des citoyens au départ des questions des (jeunes) lecteurs est un vaste chantier. Au cours de l'accompagnement de ce travail, les promotrices du projet ont paru surprises par l'ampleur de la tâche. Le Ligueur s'était pourtant adjoint la collaboration d'un des meilleurs partenaires susceptibles d'assumer ce type de démarche.

En fin de parcours, les journalistes ont noté quelques limites matérielles: "Certains nous demandaient d'aller sur le terrain pour soutenir leur projet, plus que pour enrichir le nôtre, phénomène tout à fait sympathique mais qu'une rédaction ne pouvait pas se permettre et que les régionales de la Ligue ne pouvaient pas toujours relayer."

Par ailleurs, comme on peut l'observer dans d'autres projets, la logique médiatique s'est parfois heurtée à celle du terrain: "Le mouvement sur le terrain est lourd, lent et les bénévoles n'ont pas toujours la même conception de l'urgence que les journalistes, malgré explications et appels pressants. Pour que les richesses du terrain nous parviennent, il serait nécessaire de réfléchir davantage à des procédures..."

Ce ne sont pourtant là que quelques limites matérielles à un projet qui n'avait pas choisi la facilité. En proposant des outils de compréhension, des leviers d'action démocratiques, Le Ligueur prenait le pari d'un travail frontal, clair, engagé dans le pluralisme démocratique. Le statut particulier du magazine associatif, lui permet naturellement de "privilégier l'événement issu des chaumières à celui de la rue de la Loi". "N'étant pas vendu en kiosque, il a toujours bénéficié de cette grande liberté qui lui a permis de ne pas s'user dans la course au scoop et au sensationnel." Ces commentaires de Myriam Katz et Natalie Slegers placent clairement leur magazine sous une étiquette de "journal de résistance". Cette résistance s'entend au sens d'une tentative d'affranchissement des contraintes de production qui poussent les médias à faire passer leur fonction de délégation de la liberté d'expression, collective et citoyenne, à l'arrière-plan de leur nature commerciale.

Effectivement, de ce point de vue, Le Ligueur s'est naturellement positionné à l'opposé d'une recherche de profit marketing de son projet. Il ne s'agit pas d'en faire le reproche à d'autres médias qui ont trouvé à conduire des opérations réellement citoyennes, sans perdre de vue l'aspect promotionnel de ce travail. Cela relève de leur double nature traditionnelle. Par contre, la résistance proposée par Le Ligueur mérite réflexion en ce que ce n'est pas à l'encontre des pressions commerciales qu'elle a dû s'exercer, mais bien à rebours des passivités et des attentes du public: "La citoyenneté, la démocratie et ses valeurs sont des sujets nobles, mais qui ne passionnent pas nécessairement les foules, concluent les promotrices de l'opération dans leur évaluation. L'émission 'Sex in the TV' (sur la deux, RTBF, en partenariat avec Le Ligueur) a suscité beaucoup plus de réactions des jeunes (et des moins jeunes d'ailleurs) que notre appel autour du projet 'Parents et jeunes électeurs'. Il a fallu attendre la publication des premières pages comme amorce, et encore, précisons que la majorité des réactions ont été acheminées par le milieu associatif, soit par une recherche active des journalistes sur le terrain. (...) Oui, la démocratie est difficile, elle exige une patience et une foi en la solidarité et en la force collective. Terminons par ces lignes qui clôturent le passionnant dossier du Crisp de Vincent de Coorebyter sur la citoyenneté: «(...) butons-nous, encore et toujours, sur le malentendu démocratique par excellence, celui qui fait croire au citoyen que sa volonté personnelle est souveraine et doit être suivie d'effets, alors que la souveraineté populaire suppose, au contraire, que la volonté d'un seul ne pèse pas en tant que telle et n'emporte la décision que lorsqu'elle est partagée par un grand nombre ?». Nous souhaitons contribuer à effacer ce malentendu: mais combien sont-ils à nous avoir entendus ?"



Illustration

Dans le projet 'Parents, comment répondre à vos jeunes devenus électeurs ?', une grosse part du travail a consisté à vulgariser une matière complexe. Le magazine a également proposé des outils aux citoyens, pour qu'ils puissent agir directement au sein de la société sur le plan local, dans leur vie quotidienne ou à l'école. On le voit dans l'exemple repris dans les pages suivantes, des partenaires, tels que la Confédération des Organisations de Jeunesse, ont apporté des contributions basées sur des actions particulières. Une version Internet, baptisée 'Village citoyen' et présentée ci-dessous, a par ailleurs assuré une certaine interactivité au projet.

village CITOYEN

En partenariat avec la **CONFÉDÉRATION DES ORGANISATIONS DE JEUNESSE**

La démocratie ne se paie de ses. Il faut se battre pour elle chaque jour, sinon nous risquons de la perdre. Paul Austerlitz

Accueil
Si j'étais ministre...
Devenir citoyen, ça s'apprend
Parents et jeunes électeurs
Témoignages
Outils citoyen
Liens
Calendrier
Plan "Bachets"
Quizz citoyen:
facile - difficile

Législatives 2003

Pour qui voter le 18 mai 2003 ? Depuis 1821, nous supprimons nos différents partis pour "familiaux" encouragés à inventer pour la prochaine législature. Lisez-les en détail. Faites vos **DFP**

Parents, comment répondre à vos jeunes, futurs électeurs?

Dès le 18 décembre 2002 et jusqu'en juin 2003, Le Ligeur et les sites de la Ligue des familles se pencheront sur la citoyenneté. Dans le cadre des futures élections législatives dans l'éducation vers une démocratie participative (école, famille, commune, qui souhaitent pousser leur rôle à vos questionnements, réflexions, témoignages sur le thème vous intéresse? D'abord en ligne, via "le village citoyen", en allant sur le forum poser vos questions mais aussi donner votre avis sur les thèmes que nous vous suggérons également un ensemble de liens thématiques utiles autour du thème de l'éducation de l'éducation à la citoyenneté. Faites dans le Ligeur, les journaux de la presse d'éducation d'ébaucher des réponses à vos questions, de vous proposer des outils, de 1 témoignages (enseignants, parents, jeunes électeurs...). Et ce, durant une dizaine de pages des mois. Tous les articles seront repris en ligne au fur et à mesure de leur parution.

Mais... questionnez, interrogez, discutez-vous et que vous pensez de la démocratie...

Dans notre Forum : 5 débats à lire et 2 témoignages

D'abord, nous vous proposons à thème à thème de sélectionner vos témoignages différents sujets. Nous vous demandons la 1 forum. Lancez-vous !

1) **En Belgique, dès 18 ans, le vote est une obligation pour voter avant 18 ?**
Vous jugez l'obligation justifiée ou vous la voyez comme une contrainte. Vous trouvez que vous êtes (mal)informés et sensibilisés à cet acte ? Nous...

2) **Dans ma commune, en tant que citoyen, je ne suis pas actif de différentes manières : je ne suis pas électeur, je ne participe pas...**
Vous ne le savez pas, vous avez des expériences (ou d'autres) ou ; pour des raisons, vous ne savez pas être actif citoyen. Dites-nous...

3) **L'école, née démocratique ou logent les professeurs, les élèves et les parents.**
La salle des profs, des conseils d'école ou parents par les conseils de participation au parents, les relations sont parfois tendues, enrichissantes, démocratiques. Dites-nous...

4) **Au sein de ma famille, certaines décisions sont prises "démocratiquement".**
souvent, les programmes TV, les médias, ... On vous consulte, on vous propose, vous ne répondez pas... Dites-nous...

5) **Au quotidien, la citoyenneté c'est aussi apprendre à consommer "malin", à**

<http://www.liguedesfamilles.be/VC/index.asp> 17/11/2003



Parents et jeunes électeurs: parlons de démocratie!

"Comment s'assurer que la répartition des sièges est la plus conforme aux résultats des différentes listes?"

Les élections approchent... A cette occasion, le *Ligueur* souhaite interpeller les jeunes électeurs sur l'importance du vote, sur notre système électoral et ses complexités mais aussi sur la démocratie et leur (éventuelle) participation à sa construction... Grâce au soutien de la Fondation Roi Baudouin et avec la participation - collaboration du CRIP (Centre de recherche et d'information sociologiques)*, notre hebdomadaire se propose, une fois par mois, de répondre aux questions de nos jeunes citoyens et de publier leurs témoignages et expériences.

Parents, professeurs et autres éducateurs, si vos jeunes de 18 ans et plus ont des interrogations, des réactions, des idées... Encouragez-les à nous les transmettre soit par voie postale à l'adresse suivante: Le *Ligueur*, 127 rue du Trône à 1050 Bruxelles, soit par e-mail: redaction@leligueur.be, soit en allant suivre le "Village citoyen des familles" sur le site de la Ligue des familles: www.liguedesfamilles.be

*Fondation Roi Baudouin, 127 rue du Trône, 1050 Bruxelles, tél. 02 237 11 11, www.frb.be

En Belgique, nous travaillons en système de représentation proportionnelle. C'est à dire que chaque liste ou parti se voit attribuer un certain nombre de sièges en fonction de son résultat à l'échelle locale, provinciale, régionale et nationale. Les sièges sont répartis proportionnellement à son résultat de vote.

Une fois les résultats en vote connus au niveau d'une circonscription, pour la Chambre ou le Sénat ou le Parlement (voir page 1, par 1, par 2, par 3, etc.), il se divise les quotients entre différents listes locales, provinciales, régionales et nationales. La liste qui a le quotient le plus élevé reçoit le premier siège, celle qui a le deuxième quotient, le deuxième siège et ainsi de suite. C'est ce qu'on appelle le système D'Hondt, du nom du mathématicien qui a créé cette méthode au point.

Tous les ans, on procède de la sorte, il y a trois circonscriptions: le district (sauf dans les Flandres), la Région wallonne (et Bruxelles) (région), les listes provinciales de Bruxelles-Nord, Bruxelles-Capitale et Bruxelles-Sud. On procède de la sorte après l'agglomération, de même entre les listes provinciales de Bruxelles-Nord, Bruxelles-Capitale et Bruxelles-Sud.

"En quoi consiste ce système d'appareillage?"

L'appareillage parlementaire est un système par lequel les listes de candidats aux élections ayant obtenu un certain pourcentage de voix ont droit à un certain nombre de sièges. Ce système est basé sur le principe de la représentation proportionnelle.

Il s'agit d'un système qui vise à garantir que les sièges sont répartis proportionnellement à la voix.

un électeur d'une liste peut être élu.

Il y a deux types de listes: les listes provinciales et les listes nationales. Les listes provinciales ont droit à un certain nombre de sièges en fonction de leur résultat de vote. Les listes nationales ont droit à un certain nombre de sièges en fonction de leur résultat de vote.

qui a obtenu le plus de voix.

Il y a deux types de listes: les listes provinciales et les listes nationales. Les listes provinciales ont droit à un certain nombre de sièges en fonction de leur résultat de vote. Les listes nationales ont droit à un certain nombre de sièges en fonction de leur résultat de vote.

et ainsi de suite.

Il y a deux types de listes: les listes provinciales et les listes nationales. Les listes provinciales ont droit à un certain nombre de sièges en fonction de leur résultat de vote. Les listes nationales ont droit à un certain nombre de sièges en fonction de leur résultat de vote.



Si j'étais ministre...

Au départ de la Belgique à compléter: "Je suis ministre..." la Commission des Opérations de l'Etat (COE) a organisé un concours de 15 à 25 ans et a sélectionné sept candidats, proposés et recommandés, pour être élus.

Quelques engagements ont été proposés: "Je veux améliorer l'économie en créant plus de postes de travail et en réduisant les dépenses publiques." "Je veux améliorer l'économie en créant plus de postes de travail et en réduisant les dépenses publiques." "Je veux améliorer l'économie en créant plus de postes de travail et en réduisant les dépenses publiques."

Je veux améliorer l'économie en créant plus de postes de travail et en réduisant les dépenses publiques. "Je veux améliorer l'économie en créant plus de postes de travail et en réduisant les dépenses publiques." "Je veux améliorer l'économie en créant plus de postes de travail et en réduisant les dépenses publiques."

Je veux améliorer l'économie en créant plus de postes de travail et en réduisant les dépenses publiques. "Je veux améliorer l'économie en créant plus de postes de travail et en réduisant les dépenses publiques." "Je veux améliorer l'économie en créant plus de postes de travail et en réduisant les dépenses publiques."

Je veux améliorer l'économie en créant plus de postes de travail et en réduisant les dépenses publiques. "Je veux améliorer l'économie en créant plus de postes de travail et en réduisant les dépenses publiques." "Je veux améliorer l'économie en créant plus de postes de travail et en réduisant les dépenses publiques."

FICHE CONTACT

MÉDIA:

Le Ligueur

Rue du Trône 127 – 1050 Bruxelles

Tél.: 02-507 72 11 - Fax: 02-507 72 62 ou 00

www.liguedesfamilles.be ou www.leligueur.be

PERSONNES DE CONTACT:

Myriam Katz, rédactrice en chef

Tél.: 02-507 72 42 - E-mail: m.katz@liguedesfamilles.be

Natalie Slegers, responsable du site

Tél.: 02-507 72 72 – E-mail: n.slegers@liguedesfamilles.be

PARTENAIRE:

Centre de Recherche et d'Information Socio-Politique (CRISP)

MONTANT ACCORDÉ: 19.300 EUROS

Description du projet

Antenne Centre est une des télévisions locales de la Communauté française de Belgique. Son projet a impliqué deux groupes de jeunes en décrochage, de la région de Maurage et de La Croyère. Âgés de 16 à 20 ans, ces jeunes travaillaient dans le cadre d'Été Solidaire, un programme initié par la Région wallonne. Le premier groupe a réalisé un magazine. Le second a produit une fiction. Pour les promoteurs du projet, il s'agissait, dès l'origine, d'une démarche d'éducation permanente et de proximité. L'objectif était de permettre à ces jeunes de s'exprimer au travers d'émissions dont ils seraient les concepteurs. Il s'agissait de communiquer à un large public leurs attentes, leurs désirs et leurs angoisses quant à leur intégration. L'accompagnement technique, mais aussi humain, que prévoyait *Antenne Centre* se centrait sur la scénarisation et sur la réalisation.

Ce projet se base sur une mise à disposition d'un espace d'expression. En mettant, au service de ces jeunes, compétences techniques et expérience journalistique, *Antenne Centre* voulait permettre une objectivation positive de la société. Dans une démarche de valorisation personnelle, les jeunes étaient invités à appréhender leur quartier différemment. Le projet, soumis à la Fondation Roi Baudouin, résumait d'une certaine manière sa philosophie par une formule: "Permettre aux jeunes de donner une image positive et d'avoir également un regard positif sur eux-mêmes."

Cette télévision locale se présente, elle-même, comme un média de proximité favorisant la dimension participative du citoyen. Il lui semblait donc naturel de proposer un accès à des moyens de communication. L'initiation au langage audiovisuel apparaissait comme une occasion de passer du rôle du consommateur passif à celui de producteur. En allant au-devant de jeunes en situation de décrochage, *Antenne Centre* entendait également rompre avec une approche trop marquée par une couverture des associations et des groupes structurés. En impliquant des jeunes dans ce processus, on voulait combattre la perception d'une caméra souvent perçue comme un instrument de contrôle. "Le fait d'associer les jeunes directement à un projet télévisuel, en leur concédant du temps et de la disponibilité, expliquait *Antenne Centre* dans son projet, peut contribuer à réduire cette méfiance en démystifiant la télévision, qui est généralement considérée par eux comme un instrument de pouvoir."

Pour parvenir à cet objectif, *Antenne Centre* a recouru à la collaboration des animateurs de rue du Plan Social Intégré de la ville de La Louvière. Les contacts qu'entretiennent ces animateurs avec les groupes visés ont facilité la tâche de l'équipe d'*Antenne Centre*, tant dans l'approche des jeunes que dans l'animation. Les animateurs ont ainsi assuré une fonction de suivi du projet, en-dehors des périodes de présence de l'équipe d'*Antenne Centre*.



Les jeunes ont dû introduire une candidature écrite et une lettre de motivation. Ce sont les animateurs qui, après des entretiens individuels, ont opéré la sélection des jeunes. Pour opérer ce choix, ils ont principalement tenu compte de la motivation et de l'intérêt des jeunes pour le projet.

Concrètement le rôle des jeunes dans cette production médiatique a été ainsi décrit par Michèle Hayez, la journaliste d'*Antenne Centre* qui a assumé ce projet:

"Les jeunes:

- déterminent ce qu'ils veulent faire;
- créent le scénario;
- écrivent les dialogues et/ou les questions;
- trouvent les témoins, les intervenants;
- effectuent les interviews;
- se mettent en scène;
- déterminent le plan de montage;
- visionnent et marquent ou non leur accord;
- assurent la promotion du produit (conférence de presse, projection publique, suivi...);
- participent à l'évaluation."

La journaliste s'est d'emblée positionnée comme accompagnatrice des jeunes. Elle entendait les encadrer avec l'aide des animateurs. Son rôle, explique-t-elle, consistait à indiquer les consignes de tournage, informer sur la grammaire audiovisuelle et les contraintes du média. Le journaliste se veut alors initiateur aux techniques d'interview et de recherche documentaire. Pour ce qui relève de la réalisation proprement dite, Michèle Hayez explique que l'équipe technique s'est mise à la disposition des jeunes. Le cameraman et le preneur de son ont exécuté le plan de tournage, en limitant les demandes aux seules contraintes techniques. De même, le monteur a suivi les indications des jeunes. Seules les erreurs flagrantes ont justifié l'intervention, expliquée, du monteur. Tant sur le plan du contenu que sur celui de la forme, les jeunes sont considérés comme les réalisateurs de l'émission. C'est eux qui décident si le produit est abouti.

Les émissions produites sont de natures différentes. Un des groupes s'est mis en scène. L'autre a réalisé un reportage. Au départ de démarches différentes, les résultats se sont révélés relativement proches. Au terme d'une semaine d'animation, la journaliste porteuse du projet constatait de semblables préoccupations: un ennui commun, un même sentiment de rejet et de jugement négatif à leur égard. Dans les deux cas, les jeunes ont spontanément décidé de rencontrer des adultes de leurs quartiers. Ils les ont interviewés, les ont fait participer à leur fiction. Ils se sont aussi intéressés à l'histoire de leur village ou à des questions fondamentales de leur région et de leur histoire: l'immigration ou le racisme. Dans les deux cas, les jeunes ont également interpellé les pouvoirs publics. Ils ont été amenés à constater l'absence d'espaces mis à la disposition de leur communauté de jeunes: ni locaux, ni espaces ludiques. Des parcs, mais sans aucun aménagement: ni bancs, ni même poubelles...



Jean Louvet, auteur dramatique engagé, s'est montré intéressé par l'expérience et par de possibles suites théâtrales. Par ailleurs, les jeunes impliqués dans cette expérience, ont exprimé l'envie de poursuivre la démarche en tournant un film par leurs propres moyens. D'autres jeunes se sont manifestés pour dire leur envie de réaliser, eux aussi, de semblables émissions.

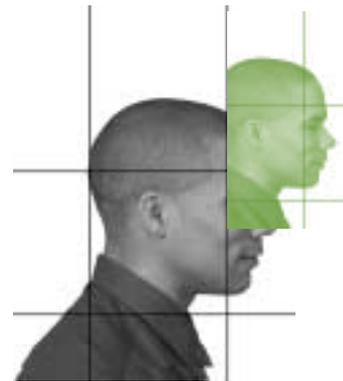
Tout au long de l'accompagnement du projet d'*Antenne Centre*, Michèle Hayez a fait part d'une sorte d'étonnement. Jusqu'à la fin, elle s'est montrée surprise par l'intérêt, la patience et la motivation des jeunes qu'elle accompagnait. Elle a aussi souligné à quel point la caméra avait joué un rôle de laissez-passer pour ces jeunes, auprès d'une population adulte qui les craint, les évite ou les ignore

habituellement. Forte de ce constat de ponts jetés entre des communautés, l'équipe a décidé d'organiser une projection à Mauge, en avant-première, à laquelle les habitants des quartiers et les responsables politiques ont été conviés et qui a rassemblé une centaine de personnes (adultes et jeunes). Poursuivant la logique de maîtrise totale du projet, ce sont les jeunes qui ont eux-mêmes présenté la diffusion des émissions sur antenne, en décembre 2002. Seule réaction négative constatée par *Antenne Centre*, certains adultes habitant ces quartiers ont estimé qu'il n'était pas utile de médiatiser ce vécu, parfois peu "moral", qu'ils disent pourtant connaître.

Notons enfin que ce projet était l'un des quatre projets nominés dans la catégorie « presse audiovisuelle » lors des « Prix de la presse Dexia Banque 2002 ».

Dimensions de participation citoyenne

L'équipe d'*Antenne Centre* a donné oralement des éléments d'évaluation de son projet mais n'a pas réalisé l'évaluation écrite. On peut cependant facilement distinguer les quelques dimensions sur lesquelles s'articule ce travail. On pourrait penser qu'en donnant ainsi un accès médiatique à des jeunes issus de quartiers défavorisés, *Antenne Centre* a simplement contribué à une **représentation pluriforme des différentes catégories sociales**. Sans doute est-ce exact. Mais ce modèle, étroitement considéré, ne s'avère pas très distant d'une représentation très paternaliste de l'accès citoyen aux médias. Pour un temps délimité, dans un cadre strict, des jeunes en difficulté auraient accès à une expérience télévisuelle. L'expérience serait ambiguë si elle ne s'ancrait dans un contexte plus large de réflexion.



'Écoute jeunes' relève, avant tout, d'une **participation au processus de production médiatique**. Michèle Hayez a insisté sur la maîtrise laissée aux jeunes dans la conception de leurs émissions. Comme dans d'autres projets, on a recouru à un tiers: les animateurs de rue du Plan Social Intégré de la ville de La Louvière. Ils sont intervenus pour faciliter le contact avec les jeunes, pour les sélectionner et les accompagner. Ce choix est, sans aucun doute, révélateur de la volonté de ne pas imposer un modèle journalistique. Les moyens médiatiques sont mis à disposition. Les formes d'expression, fiction ou reportage, ont été laissées au choix des groupes. De même, la décision finale de clôture d'un produit estimé satisfaisant a été confiée aux jeunes.

Cette dimension, relevant davantage d'une posture de collaboration, se confirme dans une autre dimension: celle de la **participation au produit proprement dit**. En fiction, comme en reportage, les jeunes se sont directement impliqués. Sans doute la forme, parfois peu aboutie ou quelque peu naïve, de ces productions peut-elle faire sourire. Elle surprend surtout. Le téléspectateur ne peut qu'être pris à contre-pied, tant ces productions se situent à l'opposé de productions peaufinées, formatées. C'est en cela que ces émissions sont porteuses d'authenticité du discours. Elles ne maîtrisent pas la grammaire audiovisuelle, bien qu'elles soient diffusables. Dans ce genre très particulier, le réalisme sort grandi. On est loin de la narration et des effets du professionnel cherchant à "rendre" le vécu de ces jeunes. Le téléspectateur est ici projeté de plain-pied dans l'univers des mobylettes, pétaradantes ou volées, dans celui d'une expression orale authentique, ou encore dans celui des altercations avec les adultes... Sans sembler y toucher, le projet d'*Antenne Centre* a servi d'**appui au dialogue et à la concertation**.

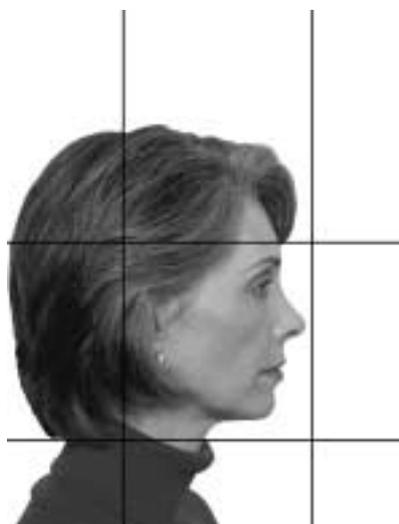
En **orientant tout son travail sur une communauté précise** (les jeunes de deux quartiers), la télévision locale a réussi à dépasser le seul choix de la localisation de la population faisant l'objet de l'expérience. Par un travail d'**informations critiques** (prise de conscience de l'absence de lieux qui leur soient réservés, interpellation du politique...), ce projet est parvenu à une prise de distance. En se racontant, en problématisant leur situation, ces jeunes sortent manifestement de leur sentiment d'isolement et d'impuissance. Leur communauté prend corps dans leur production. On voit les jeunes se situer comme groupe mais, surtout, se placer au sein d'une communauté de quartier globale.

POST-SCRIPTUM

Le projet d'Antenne Centre est toujours apparu comme un peu atypique, aux yeux de ceux qui étaient chargés d'accompagner l'ensemble des rédactions impliquées par le programme de la Fondation Roi Baudouin. Peu précis dans son exposé de départ, il avait été retenu en raison de son évident potentiel. Au moment d'évaluer les réalisations, Antenne Centre se mettait à nouveau en marge du mouvement suivi par les autres rédactions, en ne proposant pas d'analyse systématisée. Le suivi du projet semblait, tout comme les productions des jeunes qu'il avait suscitées, peu soucieux de formalisme. Le bilan est pourtant à l'opposé des craintes.

Consacrer de l'espace de production d'une petite télévision à des jeunes inexpérimentés pouvait relever d'un souci paternaliste. On l'a vu dans le descriptif et l'analyse du projet, une sorte de dynamique s'est réellement mise en place. Son acquis le plus marquant consiste en une prise d'autonomie de ces jeunes. L'équipe de télévision comme les animateurs sont parvenus à dépasser le simple atelier audiovisuel en faisant prendre conscience à ces jeunes, par eux-mêmes, de leur implication communautaire.

Reste qu'un tel projet pose la question de ses suites éventuelles ou souhaitables. Sans doute ce souci est-il valable pour l'ensemble des projets. Mais à l'échelle d'une télévision locale, on ne peut qu'être intrigué par les suites politiques qui seront données aux questions posées par ces émissions. Mais ces perspectives se situent dans un autre axe de réflexion, qui n'était pas directement envisagé par ce projet: la recherche de solutions.



Illustration

L'objectif du projet 'Écoute Jeunes' était de permettre à des groupes de jeunes de s'exprimer au travers d'émissions dont ils seraient les concepteurs. Il s'agissait de communiquer à un large public leurs attentes, leurs désirs et leurs angoisses quant à leur intégration. L'extrait présenté ici provient de l'émission réalisée à Maurage, sous la forme d'un reportage. Les jeunes ont interviewé plusieurs adultes du coin, s'intéressant à l'histoire du village et de la région, leur passé, l'immigration; cherchant aussi à connaître l'opinion de ces adultes sur eux-mêmes et les jeunes en général.

Claudio Boreale, membre du groupe de jeunes de Maurage: "Je suis venu pour te poser deux trois questions. Cela ne te dérange pas ? (...) Depuis combien de temps vis-tu à Boussoit ?"

Un habitant: "Attends... dix mois"

Claudio Boreale: "Dix mois... Et alors, qu'est-ce que tu penses de Boussoit ?"

L'habitant: "Boussoit, quand tu arrives c'est une très belle région. Si tu veux parler de la nature c'est pas mal. Maintenant, de quoi tu veux parler ? De vous ?"

Claudio Boreale: "De nous, de tout ce que tu veux."

L'habitant: "Alors bon, ici j'ai rencontré des jeunes, au départ un petit gamin qui avait fait un dérapage contrôlé, je me souviens, pour m'éblouir. J'ai été ébloui, je l'avoue, et puis ça tombait bien parce que comme j'ai fait de la cascade dans ma vie, on a sympathisé, les atomes ont été crochus tu vois. Moi, je vous trouve formidables, déjà pour la bonne raison c'est que vous essayez de vous en sortir. Le problème c'est que la société vous enferme dans une coquille. Vous avez des problèmes maintenant de travail, vous avez des problèmes de conjoncture, vous avez des problèmes de société que les gens n'avaient pas avant. Il faut vous aider. Il faut percer le problème. Faut pas écouter « ça c'est un jeune, c'est ceci, c'est cela », faut aller selon vos idées !"



Le groupe des jeunes de Maurage, 'Maurage face à sa réalité', Antenne Centre, 2002

FICHE CONTACT

MÉDIA:

Antenne Centre

Rue de la Tombelle 92 – 7110 Houdeng-Aimeries

Tél.: 064-88 25 25 - Fax: 064-84 84 06

www.antennecentre.be

PERSONNE DE CONTACT:

Michèle Hayez, journaliste

Tél.: 064-88 25 16 – E-mail: michele.hayez@antennecentre.be

AUTRE PERSONNE IMPLIQUÉE:

Robert Di Tullio, directeur

PARTENAIRE:

Plan social intégré de la Ville de La Louvière

MONTANT ACCORDÉ: 8.000 EUROS

PARTIE 3 : PRÉSENTATION DES 11 PROJETS
SOUTENUS EN COMMUNAUTÉ FLAMANDE

Nico Carpentier



Les membres du jury 'Médias et Citoyens' chargé de la sélection des projets en Communauté flamande:

Président :

Dirk Voorhoof, Hoogleraar vakgroep communicatiewetenschappen, RUG

Nico Carpentier, docent communicatiewetenschappen aan de KUB en aan de VUB

Jan Drijvers, Client Services Manager, TNS Media

Nathalie Dyck, Journaliste, Nieuwsdienst VTM

Hugo Lauwers, Freelance-journalist

Leo Neels, Algemeen directeur, pharma.be

Ineke Van Velzen, Hoofdredactrice, VRT-Radio Donna

Stev Vanthielen, Productiehuis Woestijnvis

Description du projet

'Prisma' est un projet de formation pour jeunes d'origine étrangère mené par *TV-Brussel*. Huit stagiaires âgés d'au moins 21 ans se sont formés aux subtilités du métier de journaliste par le biais d'expériences pratiques, tout en bénéficiant d'un accompagnement professionnel. Ils ont été sélectionnés sur la base de leur formation, de leurs compétences linguistiques et de leur motivation. Le groupe 'Prisma' était hétérogène: trois jeunes filles d'origine turque (Beyhan Özhan, Sarah Avci et Lale Kanmaz); deux jeunes filles d'origine marocaine (Saddie Choua et Hayat Naimane); une jeune fille d'origine algérienne (Badra Rezkallah); une jeune fille d'origine belgo-congolaise (Michelle Venneman) et un jeune Iranien (Sharogh Soltanmanesh). Leur niveau de formation, lui aussi, variait considérablement: certains élèves n'ont pas terminé leurs études supérieures, d'autres possèdent un diplôme universitaire.



Gratuite, la formation 'Prisma' a démarré fin septembre 2002 et a duré 6 mois. Des workshops ont été organisés les samedis sur les thèmes suivants: la recherche et les sources d'information, l'interview, le scénario, le lexique, la sémiotique de l'image, les légendes d'images, les formats et les maisons de production, la déontologie journalistique, le paysage médiatique, l'usage de la caméra et le montage. Les mercredis, Greet Brauwers, journaliste-réalisatrice, dirigeait des ateliers pratiques. Après un certain temps, ces ateliers ont eu lieu sur rendez-vous. Les élèves pouvaient y préparer des projets, y effectuer des recherches, discuter de problèmes, suivre des reporters de *TV-Brussel* en sortie, monter des exercices ou filmer à l'aide d'une DVcam.

Dans un second temps, les stagiaires ont chacun pu réaliser un reportage satisfaisant aux critères de qualité requis. Les sujets des reportages ont été choisis en concertation avec la rédaction de *TV-Brussel*, qui a veillé à ne pas proposer exclusivement des thèmes en rapport avec l'immigration. Les stagiaires ont ainsi collaboré à des reportages sur les relations mixtes et les "pères de quartier" (buurtvaders), mais aussi sur les OGM, le festival Holebi (gay pride) et le "bombspotting". Les reportages réalisés ont été diffusés dans les magazines 'Con Brio', 'Brussels International' et 'Film magazine' de *TV-Brussel*. Les stagiaires ont également réalisé des reportages pour 'Vagevuur' sur *FM Brussel*. De plus, Lale Kanmaz a présenté le magazine culturel 'UIT/in Brussel' pendant trois mois. Elle est la première présentatrice d'origine turque à *TV-Brussel*.

Les stagiaires ont également fait des visites à la VRT, dans le cadre des émissions 'Karrewiet', 'Voetzoeker', 'Vlaanderen Vakantieland' et 'Voor de dag' (*Radio 1*). Quatre stagiaires ont suivi une formation de présentation ainsi qu'une formation en logopédie chez Christel Lacroix (VRT), avec l'appui du BNCTO (Comité bruxellois néerlandophone pour l'emploi et la formation).

Sur le site de *TV-Brussel*, les stagiaires ont lancé un forum de discussion intitulé 'Ali en Fatima in medialand' (Ali et Fatima au pays des médias). Le public de *TV-Brussel* a ainsi pu s'exprimer sur la présence de collaborateurs d'origine étrangère dans les médias. Les réactions étaient majoritairement positives.

En novembre 2002, la formation a reçu le prix 'Gekleurd Brussel' de la Vlaamse Gemeenschapscommissie.

Dimensions de participation citoyenne

L'objectif de base de 'Prisma' est de parvenir à ce que, devant comme derrière les écrans, la diversité sociale soit reflétée de manière équilibrée. Pour ce faire, le projet se concentre en premier lieu sur la problématique de l'accès des personnes d'origine étrangère aux médias et à la profession de journaliste. Ensuite, sans nécessairement établir un lien de cause à effet entre les deux objectifs, le projet entend contribuer à créer une représentation davantage multiforme et positive d'un groupe social particulier, à savoir les personnes d'origine étrangère.



Les collaborateurs d'origine étrangère sont peu nombreux dans les médias. Ceux-ci ne notent pas l'origine de leurs collaborateurs, mais une enquête menée par Mieke De Clercq de l'Université de Gand¹ indique que les femmes et les "allochtones" sont fortement sous-représentés. 1,7 % des journalistes professionnels flamands sont d'origine non européenne. Cette situation s'explique par une combinaison de différents facteurs: les préjugés sociaux, le manque d'intérêt des jeunes d'origine étrangère pour la profession et l'existence de certaines lacunes (maîtrise insuffisante de la langue par exemple). En outre, les journalistes d'origine étrangère qui pourraient avoir une "valeur d'exemple" et créer un lien avec les médias flamands sont trop peu nombreux.

D'un point de vue démocratique, ce déséquilibre est forcément problématique puisque ces obstacles à la profession de journaliste vont à l'encontre du principe d'équité. En outre, la profession en question est particulièrement sensible puisqu'elle contrôle l'accès à l'une des composantes essentielles de la sphère publique. En décidant de former un groupe de jeunes d'origine étrangère au journalisme, le projet 'Prisma' entendait apporter sa modeste contribution à cette problématique de l'accès inéquitable aux médias.

Ce projet fait également ressortir la complexité de la problématique. La diversité des origines et des milieux des stagiaires révèle celle que recouvre la dénomination générale d'"allochtone". Par contre, certains sous-groupes qui, justement, sont généralement les premiers à être qualifiés d'"allochtones" n'étaient pas représentés. Deux candidats-stagiaires masculins d'origine marocaine ne maîtrisaient pas suffisamment le néerlandais pour entrer en ligne de compte. Une stagiaire de Cureghem a décroché après deux semaines. Elle avait le sentiment de ne pas maîtriser assez le néerlandais pour suivre la formation. La plupart des stagiaires qui ont été sélectionnés ont été taxés de "bounty" par les jeunes de Molenbeek/Cureghem issus de l'immigration: "bruns à l'extérieur, blanc à l'intérieur". (Rapport d'évaluation 'Prisma')

Les points de vue des stagiaires sélectionnés témoignent eux aussi de cette complexité, puisque eux-mêmes ne se définissent pas nécessairement ni exclusivement comme des "allochtones". Le groupe a souvent discuté de ce que signifie être "allo" et du rôle social du journaliste "allochtone" avec des opinions très divergentes. En outre, certains ont craint de n'être sélectionnés que parce qu'ils étaient d'origine étrangère et considéraient ce "privilège" comme une négation de leurs capacités journalistiques. Cette "situation d'exception" a même suscité (dans une faible mesure, il est vrai) du ressentiment au sein du personnel de TV-Brussel. L'un des collaborateurs estimait que les membres du groupe 'Prisma' devaient accomplir un stage comme tous les autres stagiaires ("belges de souche"): être présent chaque jour à la rédaction, effectuer les petits boulots durant les premières semaines et recevoir des responsabilités après un certain temps.

La complexité de la position des stagiaires d'origine étrangère est joliment résumée par l'une d'entre eux, dans son évaluation du projet: "La formation 'Prisma' ne peut être une initiative unique. Aussi longtemps qu'il y aura trop peu de personnes d'origine étrangère dans les médias et dans les formations classiques de journalisme, des formations plus spécifiques seront indispensables. Cela ne m'empêche pas de penser que la distinction entre allochtone et autochtone est en quelque sorte absurde. En tant que Bruxelloise de naissance et d'éducation, avec des racines belgo-africaines, je me considère comme une autochtone. Le monde extérieur pense pourtant le contraire. De par ma couleur de peau, en Belgique, on me considère plutôt comme une allochtone." (Évaluation de Michelle Venneman, stagiaire)

¹ Els De Bens, Mieke De Clercq et Steve Paulussen. *Unité Sciences de la Communication de l'Université de Gand, (2003) Het profiel van de Vlaamse beroepsjournalist (deel 1), De journalist, n° 59, pp 4-7*

Outre le fait de favoriser l'accès de personnes d'origine étrangère aux rédactions, ce projet entend créer une image plus positive, équilibrée et multiforme des personnes issues de l'immigration dans les médias. A l'heure actuelle, une représentation négative et stéréotypée domine et les groupes issus de l'immigration n'apparaissent souvent à l'image qu'en cas de conflits ou de faits criminels. La communauté d'origine étrangère est en outre présentée comme une multitude anonyme et non comme une mosaïque de cultures différentes. De nombreuses personnes d'origine étrangère nourrissent également une grande méfiance à l'égard des médias: dans certains quartiers, des journalistes (selon Greet Brauwers) sont même accompagnés d'un garde du corps pour filmer.

Comme nous l'avons déjà dit, il n'existe toutefois aucun lien automatique et évident entre les deux objectifs: un plus grand nombre de personnes d'origine étrangère dans les rédactions ne signifie pas que l'information devienne plus équilibrée et positive. Greet Brauwers formule cela de manière concise, lorsqu'elle écrit dans son évaluation: "Être allochtone ne veut pas dire être ou avoir un regard critique. Les préjugés contre les autres et contre les femmes sont tout aussi présents. Une anecdote comique: le premier jour, un stagiaire a pris une autre stagiaire pour la femme de ménage." (rapport d'évaluation 'Prisma')

Compte tenu de leur position particulière, ces stagiaires ont pourtant contribué à créer une représentation plus nuancée des personnes d'origine étrangère.

Premièrement, ils ont (une partie d'entre eux) bel et bien donné une image positive des personnes d'origine étrangère et une image critique des stéréotypes et de la discrimination. En témoignent les reportages sur les relations mixtes (de Michelle Venneman pour l'émission de la Saint-Valentin de 'Brussels International') et sur les "pères de quartier" (buurtvaders) (de Saddy Choua pour 'Vagevuur' sur *FM Brussel*). Beyhan Özhan a réalisé un reportage sur les premiers immigrés turcs: 'Une génération oubliée'. Elle travaille à présent en collaboration avec Sylvester Productions à un documentaire pour Canvas. Leurs voix critiques sur les stéréotypes et la discrimination se sont également fait entendre en dehors de *TV-Brussel*. Sur l'initiative de l'une d'entre eux, Saddy Choua, quelques stagiaires ont collaboré au supplément 'Vreemd Bekeken' du *Wereld Morgen*. Saddy Choua a interviewé elle-même Jan Blommaert sur la représentation et la langue. Ce fut ensuite au tour d'un autre stagiaire, Sharogh Soltanmanesh, de s'exprimer sur la représentation dans les médias. Quant à Michelle Venneman, elle a écrit un article sur le bulletin d'information de *TV-Brussel* consacré aux élections de Miss Bruxelles. Carine Okenghe - Miss Bruxelles 2002 - possède des racines africaines et c'est la première fois que Bruxelles élisait une miss d'origine non belge. Le journaliste s'est pourtant focalisé sur la première dauphine, fille du ministre Guy Vanhengel. Michelle Venneman a critiqué ce choix d'un journaliste de "son propre" média.

Deuxièmement, les stagiaires ont joué un rôle de conseiller vis-à-vis des membres de la rédaction et ont donné accès à des réseaux fermés aux journalistes. Les stagiaires disposaient d'autres réseaux d'information et pouvaient répercuter des visions et des points de vue différents. Ils représentaient des interlocuteurs plus accessibles pour les personnes issues de l'immigration, comme on le voit par exemple dans un reportage sur un enfant turc maltraité. La mère de l'enfant ne parle pas le néerlandais et, sans l'intervention d'un stagiaire, elle n'aurait pas contacté le média. Grâce aux stagiaires, il a également été possible d'interviewer d'anciens immigrés turcs. Pour deux reportages, ils se sont chargés de la recherche et de la traduction. On donne en effet rarement la parole à cette première génération d'immigrés car elle ne maîtrise pas suffisamment le néerlandais ou le français. Enfin, les stagiaires ont activement participé aux réunions de la rédaction du journal et au magazine 'Brussels International'. Lors d'une discussion sur la Ligue Arabe Européenne et les affrontements à Anvers, un stagiaire a par exemple proposé d'interroger la jeunesse de Cureghem, ce qui a été fait.

Troisièmement, les stagiaires jouent un rôle d'exemple tant envers les personnes d'origine étrangère que les "Belges de souche". En effet, lors de certains reportages, les stagiaires apparaissaient à l'image et dans d'autres, leurs noms figuraient au générique. La présentation pendant trois mois du magazine culturel 'UIT/in Brussel' par Lale Kanmaz revêt une importance essentielle à cet égard. La présence professionnelle de personnes d'origine étrangère dans les médias démonte les stéréotypes et la stigmatisation. De plus, ces "modèles" sont nécessaires pour encourager d'autres jeunes (d'origine étrangère) à opter pour une carrière dans les médias.

POST-SCRIPTUM

Jan De Troyer (directeur-rédacteur en chef) décrit le projet 'Prisma' comme particulièrement enrichissant pour TV-Brussel, et ce, sur quatre plans:

“1. La suppression de résistances au sein de notre propre organisation, résistances qui reposaient en grande partie sur la peur de voir la présence de débutants inexpérimentés perturber le fonctionnement quotidien habituel. Il est vrai qu'on ne peut pas vraiment lancer les jeunes allochtones dans le fonctionnement rédactionnel. Mais cela ne vaut pas que pour eux, quiconque doit évoluer de manière progressive dans le domaine de la télévision.

2. L'acquisition d'un savoir-faire interne. La chef de projet Greet Brauwers a eu l'opportunité d'accumuler un trésor d'expérience en accompagnant ce projet. Elle dispose désormais d'une série de contacts et connaît mieux le terrain et les partenaires possibles.

3. Concrètement, le résultat pour TV-Brussel se traduit en tous cas par le gain d'une jeune collaboratrice qui semble en bonne voie pour obtenir un poste fixe, notamment à l'écran. Une deuxième jeune participante aura la chance de réaliser régulièrement des reportages pour le magazine des jeunes.

4. Le groupe recelait bien sûr d'autres talents. A présent, TV-Brussel connaît ces personnes et regrette de ne pouvoir davantage les mettre à l'œuvre. Grâce au projet 'Prisma', elles sont à présent mieux armées pour faire leur chemin ailleurs.” (rapport d'évaluation 'Prisma')

Ce projet a aussi mis en lumière toute une série de problèmes liés aux stages et aux formations spécifiquement organisées pour des personnes d'origine étrangère. Un premier problème d'importance concerne la complexité des identités humaines: les stagiaires ne sont pas simplement des personnes d'origine étrangère; leur identité est le fruit de nombreux autres éléments. De plus, ils ne souhaitent pas subir de discrimination positive mais plébiscitent plutôt les actions positives. A cet égard, une solution possible est l'ouverture des formations à tous tout en adoptant une politique de stimulation active vis-à-vis des candidats d'origine étrangère (par exemple par le biais de bourses de stages). Néanmoins, pour en arriver à cette solution, des actions spécifiques sont indispensables, comme la motivation la plus précoce possible des candidats potentiels et l'amélioration (là où cela s'avère nécessaire) de leurs compétences linguistiques.

Deuxième problème, le caractère non obligatoire de ces stages, gratuits, il est vrai, et qui n'impliquaient (donc) pas de rémunération pour les participants. Le fait que la plupart des stagiaires travaillaient à plein temps les mettait en situation difficile. L'un des stagiaires en décrit les conséquences comme suit: “toutes les opportunités ne sont pas exploitées pleinement en raison du fait que l'on ne peut leur consacrer suffisamment de temps. Je pense aux ateliers du mercredi, aux réunions de la rédaction auxquelles on peut assister, à la possibilité d'accompagner les journalistes, etc.” (évaluation de Badra Rezkallah, stagiaire). Le fait de participer à un stage ne garantit pas l'obtention d'un emploi car les emplois sont rares dans le secteur. Quelques stagiaires seulement trouveront leur voie dans les médias. Tout cela crée un cercle vicieux: les stagiaires ratent des expériences qu'ils ne peuvent acquérir qu'à l'occasion de stages. Ils ne peuvent toutefois pas se permettre de renoncer à leur travail pour effectuer des stages gratuits sans garantie d'accéder à un nouvel emploi.

La troisième question est celle de la continuité du projet. TV-Brussel examine les possibilités de prolonger le projet avec l'aide des subsides du Ministère de l'Emploi. Etant donné l'importance de reproduire ce type d'expérience à plus grande échelle, des possibilités de collaboration avec le “diversiteitenbureau” de la VRT sont également étudiées.

Illustration



Extrait d'un reportage sur la formation pour 'Con Brio'



Les stagiaires - © Saskia Vanderstichele



Lale Kanmaz dans le 'Weekoverzicht'

FICHE CONTACT

MÉDIA:

TV-Brussel

PERSONNE DE CONTACT:

Greet Brauwers, journaliste-réalisatrice free-lance

Rue des Chartreux 11 – 1000 Bruxelles

Tél.: 02-511 83 93 – Fax: 02-702 87 41 – E-mail: greet.brauwers@pi.be

AUTRE PERSONNE IMPLIQUÉE À TV-BRUSSEL:

Jan De Troyer - rédacteur en chef

Robert Esselinckx - rédacteur final

Robin Faure - Brussels International

Peter Mast - Con Brio & Sport

Pascal Laureyn - Uit/in Brussel & website

Isabelle De Brouwer - Filmmagazine

PARTENAIRES:

- 1) **Brussels Nederlandstalig Comité voor Tewerkstelling en Opleiding**
- **Kristel Pellens - kristel.pellens@bncto.be**
- 2) **Forum van Organisaties van Etnisch-culturele Minderheden -**
Naima Charkaoui - naima@minderhedenforum.be

SOUTIEN ET FEED-BACK:

- 1) **Kurasaw Productions - Touria Aziz et Erik Gysen**
- 2) **OffTV - Erik Thys et Andrea Herman**
- 3) **Imagica - Filip Langenbik**

- 4) Centrum West - Dirk Deblock
- 5) FMBrussel - Marjan Temmerman
- 6) VRT - Kaat Desmet (Chef des formations TV)
& Flip Feyten (coordinateur cellule diversité)
- 7) CVB (Centre Video de Bruxelles) - Ouachim Mohammed
- 8) NOS - 'Meer van anders' - Bertien Minco & Tanja Jadnanansin
- 9) STOA - Ed Klüte

STAGIAIRES:

Beyhan Özhan - ozhanbeyhan350@hotmail.com
Sarah Avci - sarah.avci@kav.be
Lale Kanmaz - lalekanmaz@hotmail.com
Saddie Choua - saddie.choua@arts.kuleuven.ac.be
Hayat Naimane - hayat.naimane@dinerseurope.com
Badra Rezkallah - brezkallah@hotmail.com
Michelle Venneman - vennemanmichelle@hotmail.com
Sharogh Soltanmanesh - soltan@advalvas.be

ACCOMPAGNATEURS WORKSHOPS:

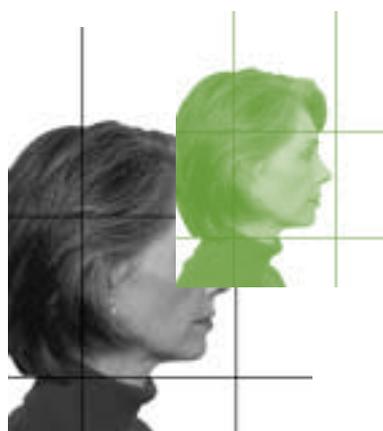
Taylan Barman - taylan.barman@freebel.net
Mourad Boucif
Gérard Preszof - preszowg@hotmail.com
Janpieter Everaerts - mediadoc.diva@skynet.be
Tjhoi Ng Sauw - ngsauw.tjhoi@VRT.be
Raf Custers - raf.custers@euronet.be
Jorge Lubbert - lubbert.deploige@chello.be
Sven Tuytens - sven.tuytens@tv-brussel.be
Christof Piteurs

MONTANT ACCORDÉ: 25.000 EUROS

Description du projet

Le quotidien *Het Belang van Limburg* favorise l'interaction avec ses lecteurs par le biais d'une page intitulée 'Duizendpoot' (mille-pattes). Pendant une période de dix mois, on a pu y lire une rubrique hebdomadaire intitulée 'Lekkere Letters'. Cette rubrique est parue 43 samedis, du 14 septembre 2002 au 28 septembre 2003 inclus, et occupait près d'un tiers de la page Duizendpoot.

La rubrique 'Lekkere Letters' reposait sur une collaboration avec les centres locaux 'Basiseducatie Limburg' actifs en matière d'alphabétisation. Les adultes fréquentant ces centres (des "écoles ouvertes") remplissaient cet espace mis à leur disposition en faisant preuve d'un maximum d'autonomie. Ce travail d'écriture se faisait en concertation avec les animateurs des centres, qui se chargeaient également de la coordination. Le travail était réparti entre les différents centres participants, de sorte que chacun pouvait collaborer à son tour. Le travail s'organisait donc par petits groupes. Quelque 200 personnes fréquentant ces "écoles ouvertes" ont ainsi pu participer à ce projet.



Dix journalistes du *Het Belang van Limburg*, provenant de quatre départements du journal¹ et représentant ensemble près de 20 % de la rédaction fixe, ont été impliqués dans ce projet. Outre l'accompagnement des stagiaires, ils se rendaient dans les centres afin de parler de leur activité professionnelle, ce qui constituait un important processus d'apprentissage pour les deux parties. Parfois, les stagiaires relaient eux-mêmes cette expérience dans la rubrique 'Lekkere Letters'; parfois, en raison de la pression des délais, le journaliste concerné rédigeait lui-même le texte. À certaines occasions, les stagiaires accompagnaient les journalistes lors de visites de travail.

La rédaction nationale du *Het Belang van Limburg* a surtout joué un rôle pendant les élections, avec à l'appui une visite au parlement et la réalisation d'un dictionnaire des élections. Le chef des nouvelles régionales a rendu visite au groupe de Saint-Trond, a expliqué le cheminement que suivent les nouvelles dans ce département, a assisté à la "leçon" et en a fait un rapport dans le journal. Lors d'une visite, le chef des sports a parlé du fonctionnement du département des sports (les stagiaires en ont fait eux-mêmes le rapport), il a accompagné les stagiaires à vélo sur le circuit de Zolder (juste avant le CM) et a visité avec eux le musée de la mode (consacré à cette époque aux vêtements de sport). Enfin, un journaliste s'est rendu avec des stagiaires à la foire du livre, tandis qu'un autre se rendait un soir à Beringen pour parler de ce qu'est un livre et de la façon dont il est créé.

Le projet représentait un travail intensif pour toutes les parties concernées: l'investissement de temps requis pour la production d'une "fournée" de 'Lekkere Letters' se montait à quelque neuf heures de cours. Le responsable de la page 'Duizendpoot' travaillait au projet presque quotidiennement. La quantité de travail requise justifiait parfois la publication d'un reportage "classique" de journaliste au sujet d'une activité des stagiaires.

¹Première partie (général), Limbourg (régional), sport et dernière partie (divertissement).

Dimensions de participation citoyenne

Au cœur de ce projet se trouvent deux dimensions principales: d'une part l'**accessibilité** et la **compréhensibilité** de l'offre d'information et d'autre part, la **participation du public**. L'**orientation du média vers le public** constitue une dimension d'appui importante.

L'importance de l'accessibilité et de la compréhensibilité s'applique d'abord au public des centres 'Basiseducatie', qui forme le premier groupe cible de ce projet. Etant donné que ces personnes se trouvent encore en phase de maîtrise et d'acquisition du langage, l'information doit être aussi accessible et compréhensible que possible. Ce but est atteint en faisant écrire les membres même du groupe cible.

De plus, la publication s'adresse également aux 400.000 lecteurs du *Het Belang van Limburg*. Pour ce journal, ce projet représente aussi l'occasion de présenter des matières difficiles, comme le langage électoral, de la manière la plus compréhensible qui soit à l'ensemble de son public. En se penchant sur le jargon (politique) habituel utilisé et sur les difficultés que les lecteurs éprouvent (peut-être) à les lire, le journal adopte une approche axée sur le public et dépasse les conventions (axées sur les médias) de sa propre organisation. Dans l'exemple cité ci-dessus, la solution a consisté en l'élaboration d'un dictionnaire des élections.

À cet égard, il convient pourtant de faire remarquer que 'Duizendpoot', dans lequel 'Lekkere Letters' s'inscrit, possède un statut et un public de lecteurs particuliers qui l'isolent des autres rubriques et font de 'Lekkere Letters' l'exception du journal. Comme le fait aussi remarquer Marcel Grauls, le projet est fortement apprécié en interne, mais il est "tout de même un peu taxé d'événement marginal. Dans cet environnement, tout tourne autour des infos, des infos et encore des infos."

En outre, ce projet nourrit une ambition clairement participative. Il est vrai qu'en collaborant (ce qui est déjà important en soi) avec une organisation issue du secteur associatif, *Het Belang van Limburg* offre à un groupe (relativement important) de participants, la possibilité de s'auto-représenter dans un contexte dans lequel les journalistes et les intervenants sociaux assument un rôle d'encadrement. Autant que faire se peut, les participants bénéficient de la chance de s'exprimer dans toutes les phases du processus de production (tant la préproduction, que la production elle-même et la postproduction), sur le contenu comme sur la forme. Les stagiaires jouissent également de la possibilité d'évaluer eux-mêmes le résultat final et de transmettre leurs remarques et critiques à la rédaction.

Les animateurs des "écoles ouvertes" tendent à orienter le plus possible leur encadrement sur des principes émancipateurs, et même le journaliste final responsable se contente de jouer, dans la mesure du possible, un rôle de simple exécutant. Sa tâche consiste finalement à démystifier le plus possible l'entreprise médiatique et à montrer que les élèves disposent des capacités nécessaires. En ce sens, le projet tend vers une répartition du pouvoir la plus égale possible entre les élèves, les éducateurs et les journalistes, ce qui constitue l'un de ses points forts.

Tout cela n'empêche pas que ce type de participation prenne parfois des allures de danse sur une corde raide, et que le pouvoir des participants ne puisse jamais être total. Il s'agit toujours d'un exercice d'équilibre où, en dépit de toutes les bonnes intentions, des déséquilibres structurels de pouvoir surgissent continuellement. À cet égard, citons trois limitations et déséquilibres.

Pour commencer, ce projet s'inscrit dans le cadre des objectifs pédagogiques des centres 'Basiseducatie Limburg' et dans le cadre des objectifs du *Het Belang van Limburg* en tant que média. Les deux types d'encadreurs disposent de compétences particulières, ce qui crée un déséquilibre structurel vis-à-vis des participants. Ce déséquilibre est partiellement compensé par le fait qu'il manque une compétence nécessaire aux deux: le personnel éducatif des centres 'Basiseducatie Limburg' ne connaît pas bien la profession de journaliste et les journalistes du *Het Belang van Limburg* ne sont pas habitués à interagir avec des personnes peu alphabétisées.

Le personnel éducatif joue, dans ce processus, un rôle de médiateur et assure, dans son rôle de coordinateur, la communication entre les participants et les journalistes. Par ailleurs, les journalistes conservent la



responsabilité finale de leur produit et utilisent pour ce faire, des normes de qualité particulières qui engendrent également des limites. L'espace disponible est limité, si bien qu'il faut parfois élaguer les textes. La pression des délais est très forte. La mise en page, elle aussi, crée un certain nombre de limites qui obligent parfois les journalistes à fournir le matériel (comme des illustrations et des bandes dessinées) et confrontent les participants à l'impact de la forme sur le contenu.

La limitation la plus importante est toutefois liée au fait que le projet projette ses participants dans le domaine public. Renoncer à l'anonymat et vaincre la honte d'être peu lettré sont des décisions difficiles, propres à ce type de stigmatisation. En raison de leur faible niveau d'alphabétisation, ces personnes sont devenues farouches et se considèrent souvent comme moins valables que d'autres. Dans une première phase, les participants ne veulent pas "se dévoiler", mais cette volonté change progressivement en cours de projet, comme le fait remarquer l'un des éducateurs lors de l'évaluation: "Les participants voient la photo et le nom d'autres participants dans le journal et commencent à se demander s'ils ne s'exposeraient pas, eux aussi. Cette pensée ne leur avait jamais traversé l'esprit auparavant. Je les ai parfois vus littéralement douter." (Lode Palmers, CEB-Genk) La possibilité qui leur est offerte de s'auto-représenter semble pourtant exercer une influence: "Leur monde quelque peu caché s'est ouvert. Les participants ont certainement acquis un plus grand sentiment de dignité, de sorte qu'ils osent à présent sortir de l'anonymat et paraître dans le journal, avec leur photo. Ils sont tout simplement fiers de leur centre." (Marcel Grauls) Il ne faut pas sous-estimer le plaisir que cette expérience procure. Voici ce qu'en dit un autre éducateur, Serge Thijsen du 'Centrum voor Basiseducatie Hasselt': "Tant pour les éducateurs que pour les élèves, certains moments ont réellement été agréables: je pense par exemple à l'enthousiasme avec lequel mon groupe a travaillé sur le championnat du monde de cyclisme en octobre."

En dépit de ses restrictions, 'Lekkere Letters' demeure un projet digne d'éloge, qui repousse considérablement les limites du journalisme traditionnel et le contrôle quasi total du produit qui y est associé, et qui a permis aux journalistes concernés d'enrichir nettement leurs expériences du rôle de médiateur et de 'gate-opener'. De plus, cette méthode a également mis le public au centre du projet.

POST-SCRIPTUM

D'une part, Het Belang van Limburg consignera les réalisations du projet dans un livre, de sorte que celles-ci ne tombent pas dans l'oubli. D'autre part, il a été opté pour la poursuite du projet, mais à une échelle plus modeste. Dix mois ont été perçus comme trop longs: une période de trois mois a semblé plus réalisable. Le but est d'accorder une place centrale aux personnes peu alphabétisées chaque année au mois de septembre. La poursuite du projet peut s'appuyer sur les contacts existants, bons et soigneusement construits, avec les centres 'Basiseducatie Limburg', dont les éducateurs plaident également en faveur d'une continuation, en combinaison, il est vrai, avec un soutien plus structurel de la part des centres 'Basiseducatie Limburg'.

Pour justifier sa décision, Het Belang van Limburg souligne l'importance de créer une impression positive et la nécessité d'accorder de l'attention aux phénomènes sociaux cachés. Ainsi, ce journal, en tant que média, exploite la possibilité d'attirer l'attention du public sur ces groupes sociaux dont on parle peu. Ce faisant, la problématique est non seulement exposée aux lecteurs du Het Belang van Limburg, mais aussi, l'identité des groupes concernés se renforce elle-même, tout en se voyant offrir un environnement d'expression respectable. Het Belang van Limburg réussit ainsi à assumer une responsabilité sociale dans un domaine particulier.

De plus, Het Belang van Limburg affirme avoir expérimenté les possibilités du journalisme participatif. Le journal envisage de proposer à d'autres groupes sociaux de s'exprimer de la même façon au sein du forum public, non seulement pour leur offrir la possibilité de créer une représentation différente, mais aussi pour augmenter la qualité (démocratique) du journal. Marcel Grauls écrit à ce sujet: "Nous sommes naturellement bourrés de jugements et de préjugés, notre connaissance est limitée. La connaissance interne améliore la qualité du journal. Nous avons appris beaucoup et nous pouvons tirer des enseignements de chaque groupe. [...] S'il devient une constante, le journalisme participatif donnera une autre teinte au journal." (rapport final des 'Lekkere Letters')

Illustration

A l'occasion des élections, un des groupes s'est penché sur le langage électoral et a proposé son alphabet électoral.

Van Alliantie tot Zetel

Op zondag 18 mei moeten we gaan kiezen voor een politieke partij of voor een politicus. Wat betekenen al die moeilijke woorden die in deze periode gebruikt worden? We zetten ze op een rijtje.

A

Alliantie: samenwerkingsverband

B

Blanco stem: bij het stemmen niets aanduiden, onthouding
Roeghoofd: belangrijk en bekend persoon van een partij

C

Coalitie: partijen die afspreken om samen te regeren
Conservatief: tegen ingrijpende veranderingen
Cordon sanitaire: afspraak tussen alle democratische partijen om niet met extreem rechts samen te werken

D

Democratie: letterlijk: macht van het volk. De mensen geven de macht vrijwillig door aan de mensen voor wie ze kiezen of stemmen
Député: afgevaardigde, iemand die is aangewezen om een bepaalde taak op zich te nemen
Dietatus: staat waar een afgeleide heerser aan de macht is

E

Eedaflegging: belofte of verklaring afleggen
Electoraal: alles wat te maken heeft met de verkiezingen

F

Federaal: een verenigde of overkoepelende regering van samenwerkende gebiedsdelen
Formateur: Die zoekt uit welke partijen samen willen en kunnen regeren en met welke programmapunten of akkoorden. Hij zoekt ook uit wie minister of staatssecretaris wordt.
Fractie: groep vertegenwoordigers van een politieke partij

G

Gecoöpteerde senator: leden van de senaat die door andere senatoren worden gekozen
Geldige stem: een stem die meetelt, behoort tot de lijst of naast de naam van één of meer kandidaten of opvolgers
Gemeenschappen: België telt drie gemeenschappen op basis van de taal: een Vlaamse, Franse en Duitstalige gemeenschap. Een gemeenschap mag zelf beslissen over persoonszaken, inhouden, onderwijs, gezondheidsbeleid, cultuur.
Gewesten: De gewesten zijn ingedeeld per grondgebied: Vlaams, Waals en Brussels hoofdstedelijk gewest. Ze mogen zelf beslissen over domeinen van het leven die met hun streek te maken hebben: economie, huisvesting, vervoer. In Vlaanderen valt het beleid van de gemeenschap en van het gewest samen.

I

Informateur: Na de verkiezingen duidt de koning deze persoon aan om met de verschillende partijen te praten om te kijken welke samen een regering zouden kunnen vormen

K

Kamer van volksvertegenwoordigers: vormt samen met de senaat het parlement en zijn een deel van de wetgevende macht
Kiescampagne: de reclame die de kandidaten voor de verkiezingen maken.
Kiesdrempel: Per kieskring kunnen partijen slechts meedelen aan de zetelverdeling als ze in de kieskring minstens 5% van de stemmen behaalden.
Kieskring: het land wordt verdeeld in 20 kieskringen, waarin een aantal kandidaten van dit gebied te verkiezen zijn en waarin een hoofdbureau toezicht houdt op de verkiezingen

basiseducatie
011-42.02.02
EEN OPEN SCHOOL VOOR VOLWASSENEN



HET BELANG VAN LIMBURG

Dit project geniet de steun van de Koning Boudewijnstichting in het kader van de campagne 'Tussen Woord en Daad'. Deze campagne ondersteunt journalistieke initiatieven die actief burgerschap stimuleren.

Het hele jaar door werken wij samen met Open School, het centrum voor basiseducatie. Daar kunnen mensen beter leren lezen en schrijven. Samen met hen maken we hier 'Lekkere Letters'. Vandaag stelt de lees- en schrijfgroep van Marita uit Genk hun verkiezingsalfabet voor.



• *Centrum voor Basiseducatie - Open School voor Volwassenen Hoogstraat 5, 3600 Genk
Tel. 089/35.59.90, fax 089/35.11.87*

L

Lijstduwer: iemand die onderaan een lijst staat

M

Monarchie: een staatsvorm met een koning of keizer aan het hoofd

N

Nationalisme: voorliefde voor het eigen volk, het eigen land

O

Oppositie: een partij die zich verzet tegen de regerende meerderheid

Overloper: een persoon die van de ene naar de andere partij overstapt

P

Parlement: kamer van volksvertegenwoordigers en de senaat
Politiek: alles wat te maken heeft met het regeren en besturen van een land

Premier: eerste minister, hoofd van de regering

Progressief: voortuitstrevend, op vooruitgang gericht

R

Regering: uitvoerende macht van ministers en staatssecretarissen met de Koning aan het hoofd

Republiek: een staatsvorm met aan het hoofd een verkozen president

Ritsen: bij de lijstamenstalling voor de verkiezingen beurtelings een man en een vrouw op de lijst

S

Senaat: deel van het parlement, behoren bij de wetgevende macht

Staatssecretaris: wordt benoemd door de Koning, krijgt een bepaalde bevoegdheid en wordt toegevoegd aan een minister

Stoelendans: de wisseling in politieke functies

Strijdplaats: een plaats op de lijst waarvan het behalen van deze zetel voor de partij onzeker is

V

Verkiezingsplaats: een plaats bovenaan op de lijst waarvan ongeveer zeker is dat de partij hiervoor een zetel haalt

Voorakkoord: een overeenkomst, die afgesloten wordt voor de verkiezingen, tot samenwerking tussen partijen

Z

Zetels: plaats als afgevaardigde of als minister

KIES KRING



FICHE CONTACT

MÉDIA:

Het Belang van Limburg www.hbvl.be

PERSONNE DE CONTACT:

Marcel Grauls, Project Manager RUG
Herkenrodesingel 10 - 3500 Hasselt
Tél.: 011-87 86 55 – Fax: 011-87 89 00 – E-mail: mgrauls@concentra.be

AUTRES JOURNALISTES IMPLIQUÉS DANS LE PROJET:

| | |
|-----------------------|--|
| Hilde Peeters | hpeeters@concentra.be |
| Peter Teuwens | pteuwens@concentra.be |
| Wim Brillouet | wbrillouet@concentra.be |
| Gaston Tuch | gtuch@concentra.be |
| Jan Bex | jbex@concentra.be |
| Koen Driessens | kdriessens@concentra.be |
| Ann Schoofs | aschoofs@concentra.be |
| Frank Jacobs | fjacobs@concentra.be |
| Rudi Pascal | rpascal@concentra.be |

PARTENAIRE:

Basiseducatie Limburg

CENTRES ET PERSONNEL ÉDUCATIF CONCERNÉS:

Centrum voor basiseducatie Hasselt openschool.cbehasselt@pandora.be
Nesrin Cingoz, Brigiet Bervoets, Serge Thijsen, Trice Janssens & Jef Van Doorslaer

Centrum voor basiseducatie Maasland cbe-maasland@pi.be
Maureen De Welf, Stefaan Dewilde, Carine Bastiné & Ellen Prikken

Centrum voor basiseducatie Zuid-Limburg cbe.zuidlimburg@pi.be
Francis Vanlangendonck, Martine Evers, Helga Heyndrickx, Marleen Caproens & Sooi Gaethofs

Centrum voor basiseducatie Genk openschool@cbegenk.skynet.be
Lode Palmers, Alda Pinxten, Moris Venken, Marita Leysen & Martine Haesendonckx

Centrum voor basiseducatie Noord-Limburg cbe.noordlimburg@skynet.be
Miet Frederickx, Hilde Teppers, Paul Baeken, Colette Claessens

Centrum voor basiseducatie West-Limburg info@basiseductiewl.be
Jo Agten, Renaat Vanbeckevoort, Jan Faes, Marleen Meyermans & Rohnny Berden

MONTANT ACCORDÉ : 6.000 EUROS



RÉSUMÉ DES 11 PROJETS SOUTENUS EN COMMUNAUTÉ FLAMANDE

Seuls deux des onze projets qui ont été soutenus par la Fondation Roi Baudouin en Communauté flamande sont présentés en détails dans cette publication. Pour une présentation détaillée de ces onze projets –dont vous trouverez ci-dessous un aperçu- nous vous renvoyons vers la publication néerlandophone 'Media in beweging. 22 journalistieke experimenten om burgerparticipatie te versterken' publiée parallèlement à celle-ci¹.

Belga

'Allo journalisten maken BELGA-nieuws'

Par ce projet, l'agence de presse Belga entendait offrir à un groupe de jeunes d'origine étrangère un tremplin pour faire carrière dans les médias. Six stagiaires ont suivi en 2003 une formation intensive et pratique de trois mois (du 17 mars au 13 juin), aussi bien au sein de la rédaction que dans le cadre de reportages.

TV Limburg

'Burger-zin'

'Burger-Zin' proposait au public de *TV-Limburg* une plate-forme audiovisuelle sur et pour des organisations et associations locales en Flandre. L'accent était mis sur une série de publics bien précis, comme les associations de jeunes, de chômeurs et de seniors, les groupes d'entraide et les organisations multiculturelles. Les reportages qui en résultaient ont été diffusés entre janvier et août 2003 dans le format existant de 'TV Publiek', l'émission régionale de proximité de *TV Limburg*.

Divazine

'D-files'

Les 'D-Files' veulent stimuler la discussion sur différents sujets de société, liés à l'émancipation. Sur une période d'un an, Divazine réalise des dossiers sur une demi-douzaine de thèmes, avec des articles de fond, des prises de position et des informations pratiques. Un maximum de lectrices et de lecteurs sont incités à réagir par toute une série de canaux. Leurs questions sont ensuite soumises à l'interlocuteur compétent: décideur, conseil, médiateur, ministre ou informateur.

¹ Cette publication peut être commandée gratuitement par e-mail à l'adresse publi@kbs-frb.be ou au 070-233 728.

Het Nieuwsblad

'Jonge stemmen'

Het Nieuwsblad souhaitait que les jeunes de 18 à 25 ans se sentent concernés par les élections fédérales de mai 2003. Pour les toucher, le quotidien a combiné une enquête menée auprès de 600 personnes, une étude sur les thèmes qui concernent les jeunes lors des congrès de partis et sur les sites Internet, un panel de jeunes et des débats avec des responsables politiques. Les points de vue formulés lors de la réunion du panel de jeunes et des présidents des jeunes de chaque parti ont été publiés dans la rubrique 'Jonge Stemmen', parue cinq fois.

Internationaal Perscentrum Vlaanderen/Gazet van Antwerpen

'Leeromgeving media'

L'IPV veut montrer comment travaillent les journalistes (et les médias en général) et aller à l'encontre d'un certain nombre de stéréotypes couramment utilisés quand on parle des journalistes et des médias. Le cadre d'apprentissage mis en place s'adresse aux élèves de 12 à 18 ans et vise en grande partie à leur fournir des informations compréhensibles sur la manière dont l'information est produite dans les grands médias généralistes.

Het Belang van Limburg

'Lekkere Letters'

La rubrique hebdomadaire 'Lekkere Letters' a été publiée pendant une période de 10 mois dans le cadre de la page 'Duizendpoot' du journal *Het Belang van Limburg*, qui met l'accent sur l'interaction avec les lecteurs. Cette rubrique, basée sur une collaboration avec 'Basiseducatie Limburg', mettait à la disposition des participants à ces cours de formation de base un espace qu'ils pouvaient remplir de façon aussi autonome que possible.

Indymedia

'Media-circus'

Sous le thème 'Deviens toi aussi journaliste', l'agence de presse alternative Indymedia a organisé un cycle d'ateliers et de projets axés sur les médias, en collaboration avec une douzaine de partenaires locaux (principalement des maisons de jeunes) et quelques journalistes professionnels. Le 'Media-circus' est un projet éducatif qui cherche avant tout à donner aux jeunes l'occasion de devenir journalistes. Son résultat est une série de produits médiatiques qui ont en grande partie été réalisés par les participants eux-mêmes et dans lesquels ils apparaissent comme auteurs, intervieweurs ou interviewés.

VRT

‘Ontmoetingsdagen Allochtonen en media’

L'organisation d'un cycle de journées de rencontre a tenté de combler le fossé entre les professionnels des médias et les citoyens d'origine étrangère. Ces journées poursuivaient un triple but et reposaient sur trois concepts: la rencontre, la discussion et l'action. La rencontre implique un échange d'informations et la volonté de stimuler des contacts. La discussion sur les relations entre médias et allochtones doit approfondir cette rencontre et déboucher sur le troisième volet: la formulation de points d'action.

TV Brussel

‘Prisma’

‘Prisma’ est un projet de formation pour jeunes d'origine étrangère, en collaboration avec *TV Brussel*. Huit participants de 21 ans ou plus apprennent les ficelles du métier grâce à des expériences pratiques et à un encadrement professionnel. L'objectif fondamental de ‘Prisma’ est de favoriser un reflet équilibré de la diversité sociale, et ce des deux côtés de l'écran.

Gazet van Antwerpen

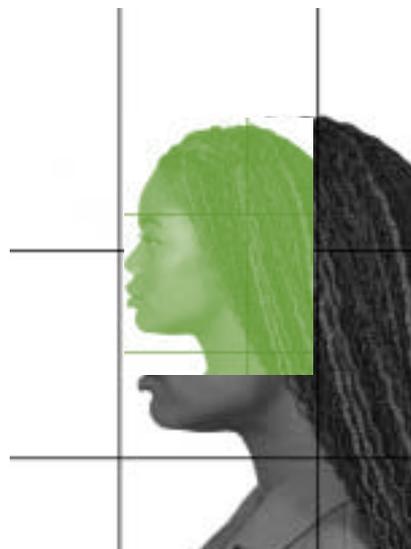
‘Stadsklap’

‘Stadsklap’ est une initiative de *Gazet van Antwerpen*, du Service d'Intégration de la Ville d'Anvers et de Radio Multipop. Deux Anversoises au parcours très différent sont présentés au travers d'un reportage et discutent d'un sujet qui les concerne. Les thèmes abordés couvrent aussi bien des sujets ‘classiques’, comme la discrimination, le racisme, l'intégration, la religion et l'émancipation, que les médias, le sport, la guerre et la politique locale.

VRT (Radio 1)

‘Themaweek Verkeersveiligheid’

Pendant toute une semaine, six émissions de *VRT-Radio 1* (‘Voor de dag’, ‘De wandelgangen’, ‘Groot gelijk’, ‘Piazza’, ‘Tijdgenoten’, ‘Jongens & wetenschap’) se sont penchées sur le thème de la sécurité routière en Flandre. L'accent fut principalement mis sur des initiatives locales de promotion de la sécurité. Des informations accessibles, positives et néanmoins critiques ont été combinées à une approche plus interactive, surtout grâce au site Internet de Radio 1.



**PARTIE 4 : REMISE DES PRIX OU LABORATOIRE
DE NOUVELLES PRATIQUES JOURNALISTIQUES ?**

Benoît Grevisse



L'ouverture des médias aux citoyens n'est pas naturelle.
Elle peut servir de révélateur de la fonction journalistique
dans notre société.

Proposer à des journalistes d'encourager la participation des citoyens dans la vie démocratique, de favoriser la prise de conscience des enjeux et l'action concrète, de faire place aussi aux citoyens dans leurs pratiques médiatiques est une expérience passionnante; non pas tant en ce que cela peut apporter comme résultats que par l'exploration de voies nouvelles. Malgré le nombre des projets présentés et analysés dans cette publication, il serait en effet illusoire de chercher en quoi des expériences, souvent ponctuelles, ont modifié durablement un rapport politique et social entre les rédactions et leurs publics. Dans certains cas, on a cependant pu constater des acquis réels. Dans d'autres, l'expérience a surtout mis en exergue les difficultés rencontrées par des professionnels déjà confrontés à leurs habituelles contraintes de production. S'il s'agit de dresser un bilan de l'ensemble de l'opération, c'est sans doute en partant de l'analyse des professionnels qu'on peut le faire.

L'élément le plus positif de cette opération menée par la Fondation Roi Baudouin réside précisément dans cette volonté, manifestée par de nombreuses rédactions, de transcender les cadres habituels de leurs pratiques. Certains candidats ont manifestement intégré l'appel à projets de la Fondation dans leurs pratiques habituelles. Il s'agissait alors de bénéficier de ressources pour perpétuer ou développer une action déjà établie, pensée dans le cadre normal d'une stratégie rédactionnelle. L'ouverture faite aux citoyens peut alors se révéler évidemment variable. D'autres ont profité de l'appel à projets pour tenter des démarches nouvelles permettant de compléter une stratégie rédactionnelle en mutation. D'autres enfin ont opté davantage pour une expérience unique quelque peu isolée, sortant des sentiers battus sans pour autant s'inscrire dans une stratégie rédactionnelle. Cette rapide typologie n'entraîne pas de gradation des résultats. Elle dessine cependant des implications différentes. Soit une rédaction profite de l'occasion offerte par une Fondation pour perpétuer son mode de fonctionnement usuel, soit elle le met délibérément à l'épreuve, au départ d'une initiative rédactionnelle ou individuelle. Dans tous les cas, c'est le cadre journalistique classique qui est éprouvé. Sans doute est-il utile de rappeler la critique qui en est assez classiquement faite.

Aux origines de la presse démocratique, le combat pour la liberté de la presse s'assimilait à la conquête de la liberté d'expression des opinions. Celle-ci est donc exercée par délégation par les journalistes. Dans la réalité médiatique contemporaine, cette délégation a perdu non pas sa légitimité fondatrice, mais son effectivité

sociale. De nombreux auteurs ont détaillé cette évolution. Dominique Wolton la résume à sa manière: "Hier l'objectif était simple: asseoir la liberté d'information, la légitimité de la presse et du journalisme constituait un combat dans le droit fil de celui pour la démocratie, les deux allant de pair, au travers de luttes épiques, souvent tragiques. (...) Le combat est donc gagné, et les contradictions à résoudre découlent directement d'une triple victoire.

Victoire politique: les journalistes et l'information sont au cœur de toute démocratie, la réalité des rapports de force ne mettant pas en cause cet acquis. *Victoire technique:* hier, faire de l'information relevait de l'exploit. Aujourd'hui tout est techniquement possible (...) *Victoire économique*



enfin: l'information et la communication sont devenues l'un des secteurs les plus lucratifs de nos économies."¹ Wolton précise évidemment qu'il n'ignore pas les difficultés de la presse, particulièrement quotidienne. Mais par la distinction de ces trois *victoires*, il dessine trois liens qui devraient demeurer vivaces entre le public et les journalistes. Or, tout se complique, dit-il "parce que la plupart des acteurs continuent d'argumenter et de se battre comme s'ils étaient encore au siècle dernier, alors même que les obstacles résultent non pas d'un manque de liberté d'information, mais au contraire de la difficulté à en gérer l'exercice. (...) La presse occidentale ne perçoit pas le lent mais inexorable mouvement de désaffection des opinions publiques à son



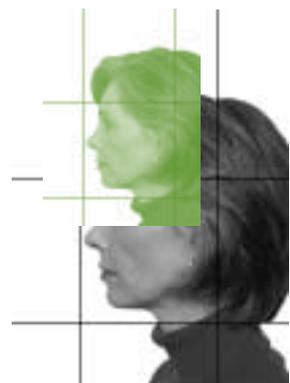
égard. Les journalistes se considèrent encore comme les preux chevaliers de la vérité dans le combat épique de l'information du siècle dernier, et ignorent les contradictions liées à leur propre pouvoir. Ils veulent ce pouvoir, en jouissent et en jouent, mais ne sont ni prêts à l'analyser, ni à l'assumer, ni à subir la critique à son propos, créant progressivement une distance avec le public, qui est pourtant leur seule source de légitimité, et dont ils ne veulent pas entendre la sourde désillusion."²

Favoriser l'action citoyenne, dans et par les médias, s'inscrit radicalement à l'opposé de cette posture. Malgré les réserves que nous avons énoncées au sujet de projets ayant davantage instrumentalisé la démarche, on ne peut que souligner la mobilisation journalistique suscitée par le programme 'Médias et Citoyens' de la Fondation. On pourrait détailler la méthode de sélection et d'accompagnement des rédactions. Mais il faut d'emblée noter sa longueur et son exigence. À de multiples reprises, les journalistes et responsables de rédactions impliqués ont été sollicités. Ils ont dû subir l'exposé méticuleux du cadrage théorique et pratique des projets. Ils ont été invités à se rencontrer et à échanger sur leurs expériences respectives. Ils ont dû également évaluer leurs réalisations en suivant une procédure formalisée... Toutes ces démarches exigeantes ont demandé un réel investissement, peu en accord avec le rythme de travail journalistique, souvent mis en exergue par les professionnels de l'information.

Si l'on revient aux trois *victoires* définies par Wolton, on observera que chacune d'entre elles peut être utile à l'évaluation des divers projets. La victoire politique peut affranchir le journalisme de toute responsabilité de combat démocratique. Le journaliste se mue alors en simple observateur de la chose politique. Il peut aussi la mettre en scène. Le spectacle oblitère dans ce cas la complexité des enjeux, la réalité des situations vécues par le public. Nombre des projets soutenus par la Fondation s'inscrivent en résistance par rapport à cette tendance.

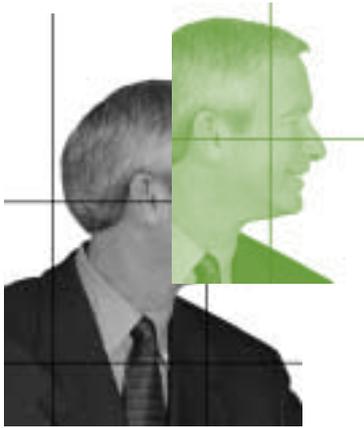
Le projet de *Femmes d'Aujourd'hui* est représentatif d'une telle volonté. Le magazine féminin a cherché à donner à ses lectrices des informations et des outils concrets de lutte contre la solitude. Le choix de ce thème a été laissé aux lectrices par voie de sondage. C'est ensuite, en favorisant l'interaction entre les lectrices et les lieux susceptibles d'apporter une aide concrète aux lectrices, que le magazine a construit sa ligne éditoriale sur le sujet. On pourra le lire dans le descriptif qui en est fait en deuxième partie, ce projet s'inscrit peut-être un peu trop étroitement dans un lectorat clos. Par contre, il démontre une possibilité d'inverser un modèle habituel de traitement de problèmes de société. Comme en d'autres rédactions, ce projet a suscité un enthousiasme des journalistes par une pratique inhabituelle.

On verra que certaines rédactions ont pris le parti de situer leur projet dans leur production existante. L'originalité n'est en rien un critère d'efficacité de la participation citoyenne. On pourra cependant constater que le formatage commercial écarte parfois certaines problématiques. Par contre, des projets tels que ceux de *Bel-RTL*, de la *Gazet van Antwerpen* et de la *VRT Radio 1*, montrent combien la puissance d'un média grand public peut servir de levier d'action social. De même, la capacité d'un grand groupe de quotidiens régionaux tel que *Sud Presse* s'éprouve dans son opération 'Journal de classe'. Ce sont près de 3.000 jeunes qui ont été impliqués dans cette production médiatique.



¹ Dominique WOLTON, *Penser la communication*, Paris, Flammarion, 1997, p. 191.

² *Idem*, p. 192 et suiv.



Plus modestement, lorsque *Antenne Centre* permet à des jeunes en décrochage de réaliser une fiction ou un magazine, la télévision confie le regard politique et social à des citoyens. On quitte l'observation et le spectacle pour s'immerger dans une critique sociale et, à plus d'une reprise, dans une autocritique des jeunes. On lira dans la présentation individuelle des projets, que cette expérience n'est pas sans limites.

On pourra notamment mesurer l'écart qui sépare un projet ponctuel, comme celui-ci, et l'inscription de l'expérience citoyenne dans un processus déjà implanté. C'est notamment le cas des projets de la Fédération des Télévisions Locales et de *TV-Limburg*. Le magazine 'Profils' de la Fédération des Télévisions Locales a accueilli une série d'émissions spéciales, construites à partir des

préoccupations d'un public cible. Cette émission préexistait à l'opération. Elle est habituellement consacrée aux problèmes de recherche d'emploi. En tentant de placer sa démarche journalistique "au plus près des situations vécues au quotidien", c'est à une réelle mise en question de leurs pratiques que les journalistes se sont astreints. Il en va de même pour le projet 'Burger-zin' du programme 'TV Publiek', sur la chaîne régionale *TV-Limburg*. Ce projet a tenté d'impliquer des groupes de personnes qui ne sont habituellement pas suffisamment représentés dans les médias. En combinant ce concept avec une méthode de travail participatif approfondie, on a pu constater que c'est toute la pratique journalistique traditionnelle qui a été remise en question et renouvelée.

Un critère essentiel de cette mise en question apparaît dans le recours au tiers. Ainsi dans le cas de la Fédération des Télévisions Locales, les journalistes impliqués ont été spécialement formés. Un accompagnement méthodologique élaboré a été pris en charge par les formateurs de terrain d'une asbl. Les citoyens ont été formés à la logique médiatique et les pratiques journalistiques ont été mises en critique. De nombreuses analyses de pratiques journalistiques démontrent la capacité aigüe des journalistes à analyser leurs contraintes et limites professionnelles. On sait également la propension idéologique du journalisme à intégrer ces analyses critiques dans un discours corporatiste annihilant toute remise en question. Le projet de la Fédération apparaît, de ce point de vue, comme très abouti. Le citoyen n'est pas réduit au rôle de simple témoin prétexte. Il devient l'expert du sujet qu'il médiatise avec l'aide de professionnels. En définitive, tant pour les citoyens que pour les journalistes, c'est un accès à un niveau inhabituel de réalité sociale qui s'est ainsi dessiné.

Dans le même ordre d'idée, le travail de *Télévedre* a lui aussi tenté d'impliquer le citoyen dans la discussion de problématiques de société. On pourra lire que sa réflexion préparatoire a porté sur l'accès réel à l'expression médiatique. Le dispositif privilégié par cette télévision communautaire a cependant laissé paraître quelques limites. Le débat, forme classique de l'échange démocratique, éprouve beaucoup de peine, dans sa forme télévisée, à atteindre l'idéal du forum.

On notera encore que d'autres projets s'inscrivent dans cette perspective, selon des modes divers. Ainsi, le choix de *La Libre Belgique* se définit-il clairement comme une démarche de long terme au sein d'une école. Une journaliste et une photographe s'immergent dans la vie scolaire quotidienne et tentent d'en rendre compte par un travail journalistique faisant place à l'esthétique. Ce projet remarquable ouvre nécessairement à une compréhension plus juste et plus fine d'une réalité sociale.

On le voit, les projets soutenus par la Fondation ont souvent tenté d'ouvrir des voies d'accès inhabituelles à des réalités sociales souvent précontraintes par les médias. *Le Ligueur*, magazine hebdomadaire de La Ligue des Familles et le quotidien *Het Nieuwsblad*, sont les seuls à avoir abordé frontalement la question politique dans son sens classique. À l'occasion des élections de mai 2003, *Het Nieuwsblad* s'est adressé à des jeunes âgés de 18 à 25 ans. Le projet 'Jonge Stemmen' a voulu donner à ces jeunes l'occasion de replacer les thèmes qui les intéressent dans l'agenda politique. Le quotidien *Het Nieuwsblad* entendait ainsi attirer l'attention sur des jeunes actifs en ce domaine et combattre le stéréotype qui veut que les jeunes ne s'intéressent pas à la politique. Dans le cas de La Ligue des Familles, il s'agissait, en suscitant l'interaction, de clarifier les mécanismes électoraux en recourant à la collaboration du Crisp. À nouveau, on a pu lire en deuxième partie, la description

de ce travail rigoureux. Ce projet désigne pourtant une pierre de touche de la recherche de participation citoyenne. Il s'est heurté à une forme de passivité du citoyen. Il n'apparaît pas certain que la clarification de la chose politique passionne davantage que la politique elle-même. Les journalistes du *Ligueur*, au terme de leur projet, évaluaient celui-ci en évoquant le *malentendu démocratique*, "qui fait croire au citoyen que sa volonté personnelle est souveraine et doit être suivie d'effets, alors que la souveraineté populaire suppose, au contraire, que la volonté d'un seul ne pèse pas en tant que telle et n'emporte la décision que lorsqu'elle est partagée par un grand nombre ?"³

Cette évidente limite, rapportée à la presse, montre peut-être que ce n'est pas la politique en tant que telle qui serait l'objet du désintéret citoyen, mais bien l'acceptation traditionnelle de celle-ci. Il existe une sorte de fossé entre un public concerné par ces enjeux, et qui trouve en de telles productions médiatiques un outil précieux, et une part importante de la population qui les ignore. On l'a vu au travers d'autres exemples, c'est probablement l'incarnation de l'enjeu politique et social dans des problématiques individuelles qui ouvre une voie médiatique démocratique. Encore faut-il que ce travail de narration de l'expérience individuelle vaille pour un ailleurs, soit transposable à l'enjeu collectif. L'enjeu démocratique, politique et social se situe en ce point précis où le média accepte de ne pas se centrer sur le profit spectaculaire qu'il peut tirer de cette information. Lorsque, au-delà du facile effet de proximité, le média fait l'effort de mettre la perplexité en perspective, il réalise un travail journalistique. Pour des raisons de marketing, d'économie ou de simple facilité, les rédactions préfèrent pourtant fréquemment le micro-trottoir stérile qui fait du citoyen un être interchangeable, insignifiant, voire fasciné par le "privilège" de passer dans les médias.

La victoire technique qu'évoque Wolton permet un contexte de production médiatique accessible au citoyen. Les modèles de journalisme citoyen développés sur Internet en sont l'exemple le plus évident. Il est aujourd'hui possible à chacun de proposer au monde entier l'expression de ses opinions. Ici aussi, il apparaît clairement que l'expression de l'opinion ne se confond pas avec le journalisme. L'apprentissage technique n'est pas le seul trait distinctif de la maîtrise professionnelle du journalisme. La capacité intellectuelle et la maîtrise de la rhétorique médiatique sont deux clefs tout aussi fondamentales d'une pratique d'information. En se servant de ces trois composantes, on peut distinguer divers acquis des projets.

Ainsi, l'apprentissage de la maîtrise technique des médias a-t-il fait partie de plusieurs expériences.

Le projet '6T', du quotidien *Le Soir* et du magazine *Spirou*, offre un exemple intéressant de travail sur ces différentes capacités. Il ne s'agit certainement pas ici de distribuer les bons et les mauvais points. Mais il est frappant de constater à quel point la collaboration entre enseignants, élèves, journalistes et dessinateurs s'est révélée productive dans le projet '6T'. Du côté néerlandophone, le projet 'Lekkere Letters' du journal *Het Belang van Limburg* a enregistré des résultats tout aussi satisfaisants au travers d'une collaboration entre personnes peu alphabétisées, intervenants sociaux et journalistes. On lira, dans les articles qui sont consacrés aux deux projets, le détail de ces acquis. Il conviendra cependant de percevoir que cette réussite est sans doute due à l'absence de réticence à partager la compétence journalistique. Il est facile de donner à une catégorie de citoyens l'impression de participer à la production médiatique, tout en se réservant la mainmise finale sur l'objet médiatisé. La démarche permet de donner l'illusion d'une ouverture citoyenne, tout en se réservant le pouvoir médiatique. Dans les cas de '6T' et de 'Lekkere Letters', c'est à l'opposé de cette posture ambiguë que se situent les journalistes. L'implication des élèves dans la démarche intellectuelle du journal *Le Soir* et de *Spirou* semble idéale. Sans doute ont-ils bénéficié de leur "avantage" d'être des enfants: on ne ferme pas la porte à de tels envoyés spéciaux et nombreux sont les responsables, politiques ou autres, qui ont réellement répondu à leur sollicitations.

D'autres projets, détaillés plus avant dans cette publication, donneront la même illustration de cet accès technique à l'expression médiatique. On notera particulièrement le lourd travail accompli par *No Télé*. Les

³ Vincent DE COOREBYTER, cité par *Le Ligueur*.



journalistes décrivent les difficultés qu'ils ont éprouvées à travailler professionnellement avec un public parfois rétif au simple respect des horaires. La collaboration médiatique avec les citoyens n'est pas pavée que de naïveté. Ce projet remarqué est pourtant un de ceux qui s'inscrivent avec le plus de lucidité dans une dimension revendiquée de mission d'éducation permanente.

Toujours sous l'angle de l'accès technique aux médias, il faut citer le projet de l'Internationaal Perscentrum Vlaanderen, qui a voulu offrir aux écoles un apprentissage aux médias on-line. Relativement classique dans sa conception, ce programme a permis aux élèves de se familiariser avec le travail des médias au travers de modules d'apprentissage, d'exercices et de devoirs.



Le projet de l'agence Belga et celui de la télévision régionale *TV Brussel* offrent des exemples intéressants d'un travail d'apprentissage technique à visée politique. *TV Brussel* a accueilli six stagiaires d'origine étrangère, durant six mois. Après une première période d'apprentissage, ils ont pu réaliser eux-mêmes des reportages pour les magazines 'Con Brio', 'Brussels International' et 'Film magazine' de *TV-Brussel*. Les journalistes de Belga ont eux aussi formé six stagiaires d'origine étrangère, durant trois mois, par un système original de périodes de stage, mais aussi de contrat d'emploi. L'apprentissage a porté sur une palette de techniques journalistiques, pour amener les jeunes à traiter effectivement l'information dans toutes ses dimensions, bien au-delà de la seule problématique des personnes d'origine étrangère. Pour parvenir à un tel résultat, les professionnels ont dû doser l'encadrement et l'autonomie laissée aux stagiaires. On ne peut, en une si brève période, parler de formation journalistique. On peut aussi penser qu'une telle expérience n'est, en termes de résultats d'emplois, qu'une goutte d'eau dans l'océan et que, comme le notent les journalistes, de nombreuses leçons doivent être tirées de l'expérience pour l'améliorer. Le travail sur une catégorie sociale désignée, telle que les personnes d'origine étrangère, pose notamment des questions sur le bien-fondé de la discrimination positive. Mais l'intérêt de la démarche est d'avoir mis l'ensemble du cadre journalistique — technique, rhétorique, intellectuel et social — à portée du citoyen.

Enfin, la victoire économique de la presse, décrite par Dominique Wolton, demande qu'on la considère à l'envers de la démonstration première, pour s'avérer éclairante dans le cas de ces projets. La réalité de la presse belge se situe assez loin du triomphalisme économique de grands groupes de communication. Bien que cette réussite ne soit en rien incompatible avec les pressions productivistes à l'encontre des journalistes, ce sont bien ces contraintes qui caractérisent les pratiques de nombreux journalistes belges.

Lorsque les journalistes de *La Libre Belgique*, que nous avons déjà évoquées, prennent le temps d'accompagner la vie d'une école durant une longue période, elles ne peuvent le faire qu'avec le soutien d'une Fondation. Il s'agit, dans ce cas précis, de deux indépendantes pour lesquelles la contrainte financière paraît évidente. Les réalités de la presse font cependant que ces deux journalistes sont très représentatives d'une impossibilité, partagée par les salariés, de consacrer du temps à une démarche de recherche d'information sortant des modes de production les plus immédiatement rentables.

On retrouve d'ailleurs cette problématique en-dehors du monde traditionnel des médias. Deux projets néerlandophones, Indymedia et Divazine, tentent d'apporter un contenu complémentaire à ce que proposent les médias dominants. Ces deux organisations éprouvent des difficultés à fonctionner de la sorte, mais elles parviennent néanmoins à des résultats. Elles assument un rôle critique effectif et complémentaire.

Par ailleurs, la stigmatisation de l'uniformisation de l'information ne cesse d'alimenter la critique des médias, au point d'en devenir un poncif. On peut, dès lors, légitimement se demander si ces modes de travail journalistique, faisant nettement part à la réalité vécue par les citoyens, ne présentent pas une autre forme de rentabilité. Il s'agit, bien entendu, d'une rentabilité sociale. Mais on peut également penser que de telles démarches, développées systématiquement en marge d'une couverture plus "chaude" de l'information, pourraient susciter un nouvel intérêt d'acheteurs potentiels.

Il faut enfin souligner la dynamique que ces projets ont instaurée dans l'ensemble des rédactions. La rencontre enthousiaste d'un public, la surprise de sa capacité d'investissement, voire de sa richesse créative ont été très

souvent observées. L'échange avec d'autres professionnels a également surpris les accompagnateurs de l'ensemble de la démarche. Bien souvent, les possibilités de réflexion, proposées aux journalistes sur leurs propres pratiques, se heurtent au manque de temps, au refus poli, voire au désintérêt total. Bien au-delà des convenances et du respect dû à un bailleur de fonds, les exposés des projets, l'analyse souvent précise de leurs limites ont dessiné une dynamique de groupe intéressante. Il ne s'agit pas de s'émerveiller béatement d'une soudaine sollicitude journalistique pour la cause citoyenne. Au contraire, c'est probablement dans les constats les plus pessimistes que s'est niché l'intérêt de ce travail. Lorsqu'une journaliste de *No Télé* partage, sans fausse pudeur, les découragements suscités par toutes les difficultés éprouvées à travailler pleinement avec un public difficile, auquel on cherche à faire partager plus que la technique ou la rhétorique médiatique, elle dit à ses confrères ce qu'ils vivent tous: le poids d'un procès systématiquement fait aux médias de ne plus prendre en compte le public, le sentiment des journalistes de ramer à contre-courant contre le temps qui fuit et le sentiment d'une certaine idéalisation des citoyens... Pourtant le projet de *No Télé* demeure un des plus aboutis. Jusque dans le travail formel, il traduit un souci de respect de ces personnes invitées à la production médiatique. Malgré toutes les réserves qu'ils ont exprimées, les porteurs de ces projets ont aussi laissé paraître leur plaisir d'assumer ce qu'ils estimaient être leur mission première. Tout comme certaines expériences ont fait dire aux journalistes que ce devrait être leur pratique habituelle, un programme comme celui qu'a mis en place la Fondation offre l'occasion de désigner beaucoup de limites et d'ouvrir quelques portes.

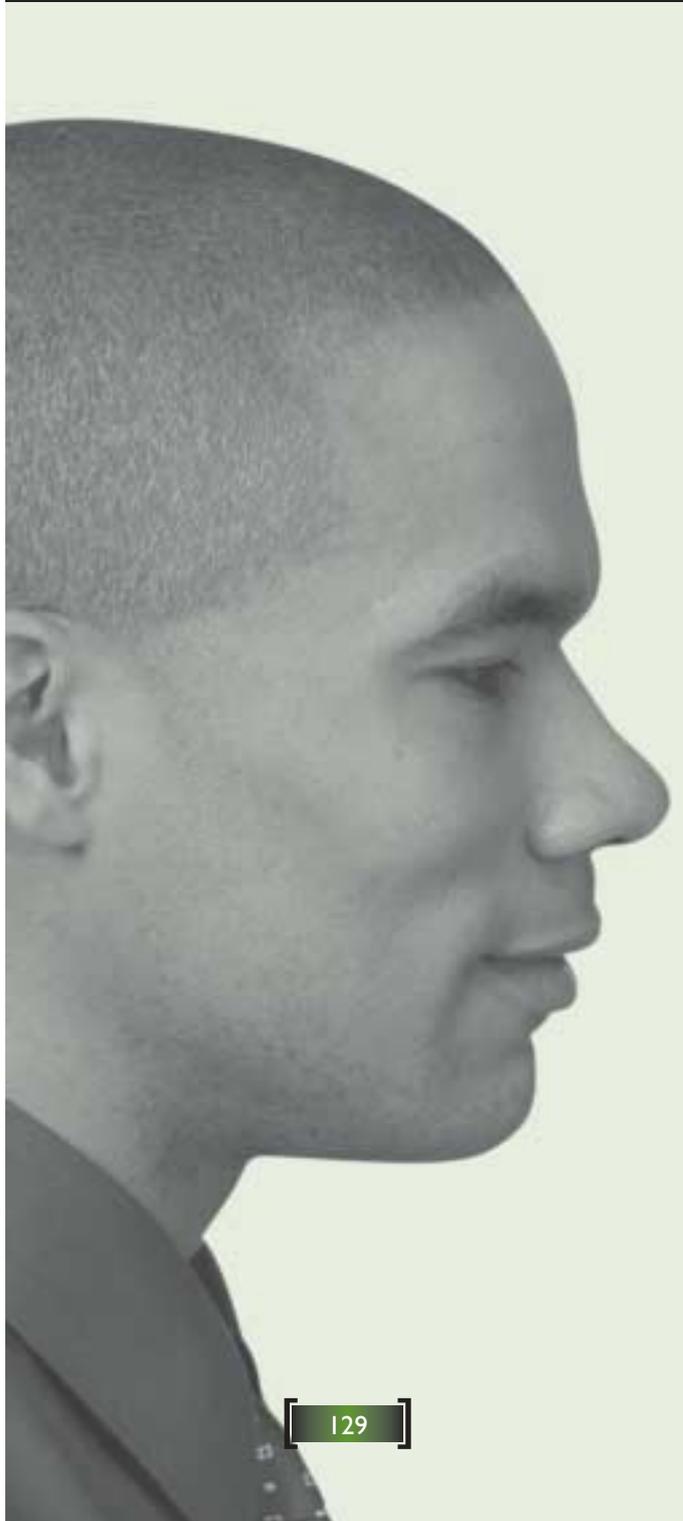
Une des limites qu'on ne peut passer sous silence est sans doute l'accompagnement "scientifique" de ces projets, que la Fondation a souhaité mettre en place. Une des évaluations (écrite, bien sûr) d'un projet met en avant le fait que beaucoup de temps a été consacré, au cours des ces longs mois, à des exposés théoriques, parfois éloignés des réalités professionnelles. Sans doute, effectivement, ce temps aurait-il pu être préservé pour davantage d'échanges entre journalistes. À la lecture de quelques-uns des textes, des typologies et des grilles d'évaluation, à l'élaboration desquels nous avons participé, ce reproche est compréhensible. Il semble pourtant également être l'indice d'une part de la problématique. La clôture de la discussion des enjeux et de la critique journalistique aux seuls professionnels est ce qui peut probablement arriver de pire à cette profession. Le cadre théorique proposé par les accompagnateurs était, sans aucun doute, abstrait à certains moments, abscons à d'autres, il avait pourtant l'avantage de proposer un regard fondé sur une certaine rationalité démocratique. C'est sur cette rationalité qu'il convient de travailler les rapports entre les journalistes et les citoyens. C'est cette même rationalité qui fait défaut à l'espace public contemporain. La clef de discussion de la chose politique n'est plus commune aux médias et aux publics. Les difficultés éprouvées par *Le Ligueur*, dans le cadre de son projet, en sont un exemple éloquent.

Benoît Grevisse,
professeur au département de communication de l'UCL



**PARTIE 5 : PLAIDOYER POUR UNE
DÉMOCRATISATION DES MÉDIAS**

Nico Carpentier





La campagne 'Médias et Citoyens' a poussé les journalistes participants à s'engager dans un important processus d'apprentissage. Les professionnels qui ont collaboré aux projets soutenus dans ce cadre par la Fondation Roi Baudouin, ont discuté entre eux des obstacles pratiques qui se posaient. Ils ont imaginé des solutions tout aussi pragmatiques et, chacun à leur manière, ils ont apporté leur pierre au processus de démocratisation des médias. Ils sont ainsi parvenus à donner vie et forme à toute une série d'idées sur la citoyenneté, la démocratie, la participation et les médias.

Cela dit, la campagne dépasse le cadre de ces personnes. Quand on réfléchit au processus de démocratisation des médias, on ne peut faire abstraction de la stratégie développée par les groupes médiatiques, ni de la politique mise en œuvre par les pouvoirs publics francophones, flamands et belges à leur égard. La question qui se pose est de savoir si des réponses de nature plus

organisationnelle, stratégique ou politique ne peuvent (et ne doivent pas) être données aux nombreux freins, obstacles et problèmes évoqués dans les pages qui précèdent.

La stratégie des organisations médiatiques peut apporter certaines réponses. Il est évident que des formes plus structurelles de participation du public (au travers de conseils consultatifs ou de formules de copropriété) ou de démocratie (organisationnelle) interne recèlent des possibilités importantes (et radicales) de démocratisation des médias... mais dépassent le cadre de travail individuel du professionnel des médias.

La politique de gestion développée par les organisations médiatiques permet néanmoins d'adapter et de réorienter certaines pratiques professionnelles actuelles. Beaucoup de principes, de méthodes et de techniques décrits dans cette publication peuvent être reproduits de manière relativement simple, sans forcément nécessiter des investissements excessifs. La principale condition est la volonté des professionnels d'adopter une attitude démocratique et ouverte et de faire preuve de créativité pour adapter leurs pratiques en conséquence.

Cette bonne disposition peut être renforcée par une politique interne de stimulation reposant sur trois piliers:

1. La formation interne, élaborée à partir des compétences déjà présentes au sein du média et renforcée si nécessaire par une expertise externe;
2. La mise en réseau des professionnels qui, en interne, désirent soutenir le processus de démocratisation du média';
3. Le développement d'initiatives autant expérimentales que structurelles afin d'alimenter et d'enrichir le 'fonctionnement ordinaire' du média.

Au sujet de ce troisième pilier, il convient de souligner que les nouveaux médias – et plus particulièrement Internet – ne doivent pas être considérés a priori comme une solution magique qui aplanira inévitablement toutes les difficultés. Le World Wide Web reste un média en soi qui, comme tous les autres médias, peut servir aux applications les plus diverses. Il ne possède pas automatiquement une plus-value démocratique du simple fait qu'il est 'interactif'. Son utilisation à des fins démocratiques et participatives doit, comme pour tout autre média, s'accompagner de l'attention et de la réflexion nécessaires.

Cette politique interne de stimulation, qui vise à aiguïser la sensibilité démocratique des professionnels, peut s'accompagner d'autres mesures prises au sein du média. Ainsi, la politique rédactionnelle ou la politique de programmation doit veiller à utiliser (ou à imaginer) des émissions, des formats, des rubriques... qui laissent suffisamment de place à des approches plus démocratiques et participatives. Cela permettra aux initiatives nouvellement développées d'être intégrées dans la pratique ordinaire du média.

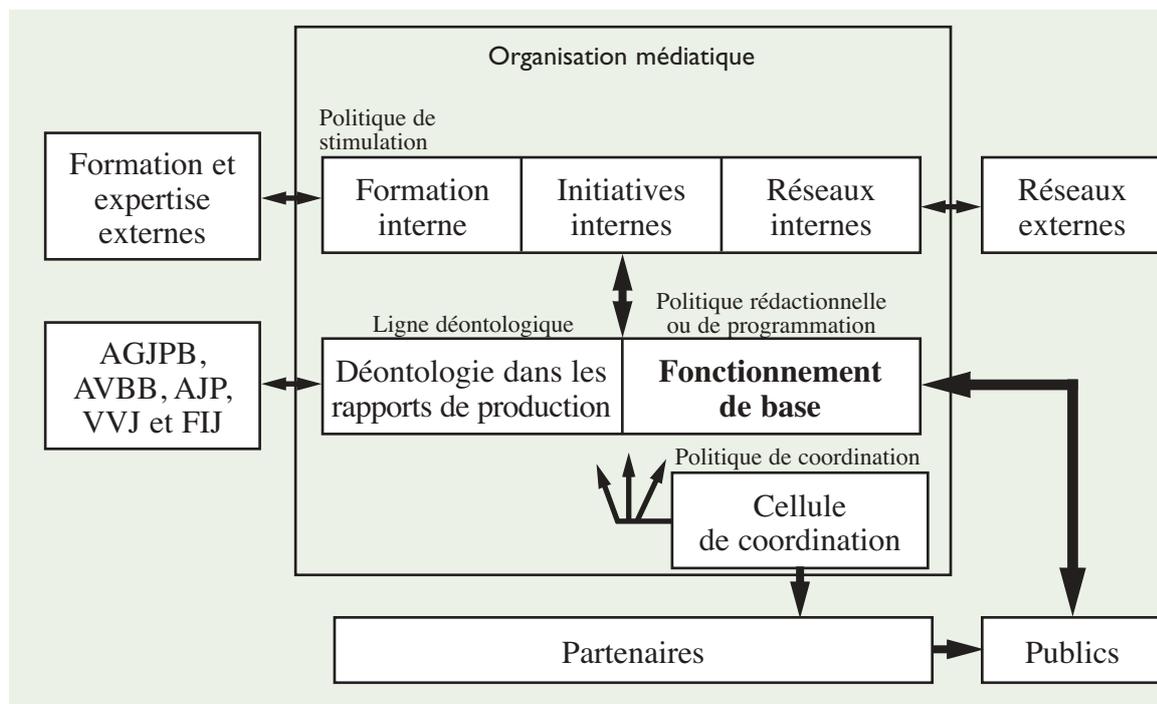
Par ailleurs, les relations entre professionnels et membres du public doivent être régies par une ligne déontologique visant à harmoniser et à expliciter des pratiques (internes et externes) souvent perçues différemment par ces deux catégories d'acteurs. Un tel code de déontologie, dans lequel les droits des participants seraient explicitement précisés, pourrait utilement compléter les codes déjà en vigueur. Il pourrait être élaboré en concertation avec des organisations professionnelles telles que l'AGJPB, l'AVBB, l'AJP, la VVJ et

la FIJ². Mais il est aussi inévitable de sortir de la sphère strictement journalistique et d'étendre la portée des droits des participants au travail journalistique au sens large ainsi qu'aux activités de tous les professionnels des médias qui ne travaillent pas dans le domaine de la fiction³.

Enfin, il est important de coordonner ces trois politiques internes: la politique de stimulation, la politique rédactionnelle (ou de programmation) et la ligne déontologique. L'organe de coordination (ou le coordinateur) mis en place à cet effet pourrait faire office de cellule d'expertise interne et contribuer, en même temps, au développement de partenariats avec des organisations extérieures aux médias (telles que des écoles, des services sociaux, des acteurs du monde associatif...).

Cependant, l'articulation de ces quatre démarches internes ne peut être entièrement coupée du monde extérieur. Une assistance externe est indispensable, surtout dans une optique de promotion des compétences parmi les professionnels, d'apport d'expertise (sous la forme de recherches-actions) et de recensement des pratiques participatives. De plus, la responsabilité éducative n'incombe pas aux seuls médias (malgré le rôle éminent qu'ils jouent dans la formation des professionnels): les instances de formation en journalisme et en communication ont également un rôle à jouer dans ce domaine.

Ces différentes options stratégiques peuvent être synthétisées dans le schéma suivant.



Toutefois, les réponses à apporter ne se situent pas uniquement dans la sphère médiatique. Elles relèvent aussi de la politique menée par les différents pouvoirs publics. Il existe tout un arsenal de mesures de facilitation ou d'incitation, par exemple sur le plan de l'accès aux médias: il est possible de supprimer ou d'aplanir certains obstacles dans le cadre de compétences telles que l'égalité des chances, l'emploi ou l'enseignement. Un exemple concret – inspiré de plusieurs projets soutenus dans le cadre de la campagne 'Médias et Citoyens' – consiste à faciliter l'accès à la profession de journaliste par l'octroi de bourses de stage. Les pouvoirs publics peuvent aussi soutenir des partenariats entre les médias et d'autres organisations, comme des écoles, qui se sont avérées être des partenaires majeurs durant cette campagne. De tels partenariats méritent d'être appuyés.

Mais l'argent reste bien sûr le 'nerf de la guerre'. En plus de mesures de facilitation ou de stimulation, les pouvoirs publics peuvent aussi apporter des moyens financiers. Si l'on veut donner un ancrage structurel à de nouvelles expériences démocratiques et participatives ainsi qu'à des projets de coopération entre médias qui

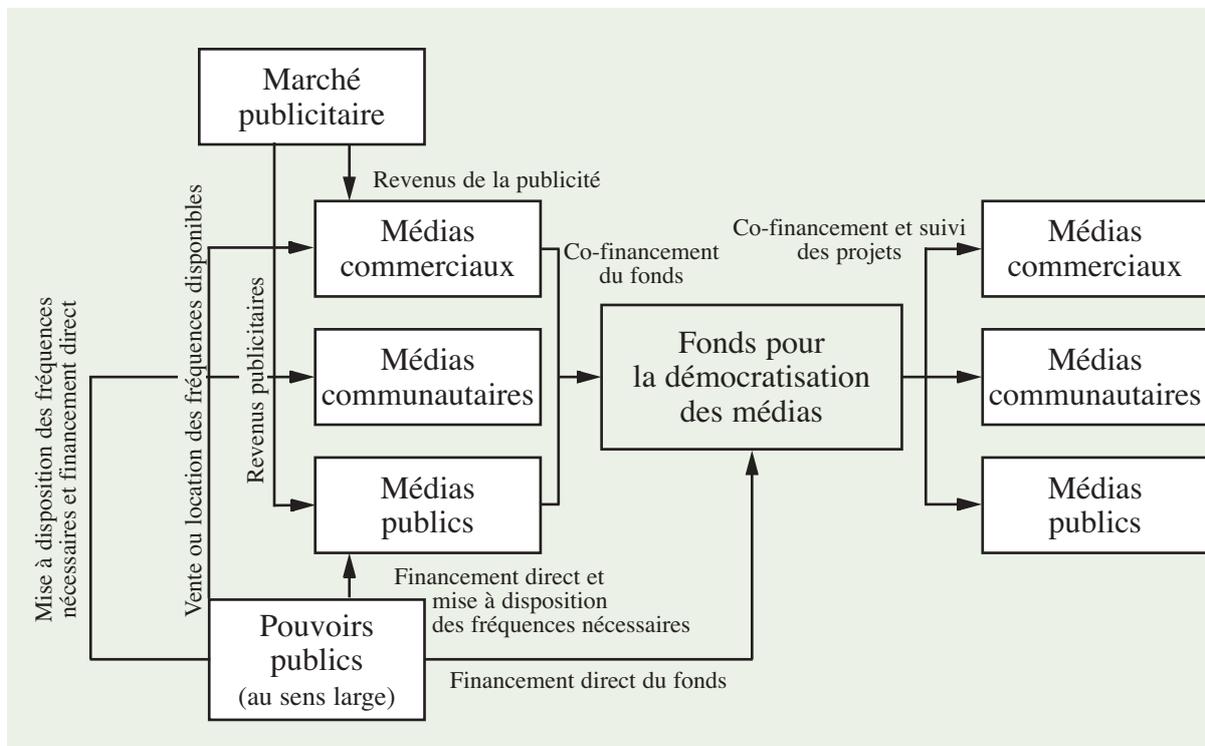
cherchent à consolider la citoyenneté et la démocratie, il serait sans doute souhaitable de créer un 'fonds pour la démocratisation des médias'.

On plaide depuis longtemps⁴, tant au niveau national qu'international, pour la création d'un tel fonds, capable de fournir un soutien financier et organisationnel à des projets médiatiques visant à renforcer la participation et la citoyenneté. La plupart des modèles de 'fonds pour la démocratisation des médias' reposent sur un financement mixte, assuré par les pouvoirs publics et les organisations médiatiques concernés⁵; ce qui permet de générer suffisamment de moyens pour co-financer des projets pertinents pour la démocratie dans des médias commerciaux, publics et non-commerciaux (c.-à-d. associatifs ou communautaires).

Le montage concret de ce type d'instrument combine généralement des sources de financements directs et des taxes sur les revenus publicitaires des médias commerciaux (et publics), avec un mécanisme distinct pour les chaînes publiques de radio-télévision. L'utilisation des recettes provenant de la "mise aux enchères" des fréquences de diffusion (pour autant que cette pratique soit adoptée) pourrait venir en complément. On peut citer deux exemples, qui proviennent l'un et l'autre de la sphère des médias non-commerciaux: le 'Fonds de soutien à l'expression radiophonique' en France et le 'Fonds d'aide à la création radiophonique' en Belgique francophone. Il convient cependant de veiller à bien fixer la répartition des moyens entre les trois types de médias afin d'éviter qu'une trop grande partie du budget disponible ne soit accaparée par les grands médias, au détriment des organes locaux et régionaux, plus petits mais certainement tout aussi importants au regard de la problématique qui nous préoccupe.

Au vu de l'importance des mécanismes de développement des compétences et d'assistance externes aux processus de changement, nous plaçons pour que ce fonds pour la démocratisation des médias n'assume pas uniquement une fonction de distribution et d'évaluation. Il peut aussi constituer un cadre permettant de soutenir le suivi organisationnel des projets et des activités, afin de leur garantir une qualité et une durabilité accrues.

Le schéma final ci-dessous synthétise le financement et le fonctionnement du fonds pour la démocratisation des médias.



Nico Carpentier,
professeur à la KUB et à la VUB

¹ Il va de soi que les (membres des) différents réseaux internes pourront aussi être mis en contact ultérieurement.

² Voir <http://www.agjpb.be/> ou <http://www.avbb.be/>

³ Y compris des formes 'd'info-divertissement' et de journalisme populaire. Au plan organisationnel, cela signifie aussi l'implication de professionnels actifs dans des sociétés de sous-traitance, comme des sociétés indépendantes de production.

⁴ Cela a encore été le cas dans un passé récent lors de la préparation du 'World Summit on the Information Society' – le sommet mondial de l'ONU sur la société de l'information.

⁵ Pour le modèle destiné aux médias non-commerciaux, qui a servi de base à cette extension vers des projets participatifs dans des médias commerciaux, publics et non-commerciaux, voir Carpentier, N. (1995) 'Naar een cultuurbeleid voor de private radio. Een analyse van drie vergeten knelpunten', in: mediagids, Deurne, Kluwer, p. carp I-carp I 7.

DES MÉDIAS QUI FONT BOUGER

Résumé





Des médias qui font bouger

22 expériences journalistiques favorisant la participation citoyenne

Résumé

En lançant début 2002 la campagne 'Médias et Citoyens', la Fondation Roi Baudouin a proposé aux médias grand public de réfléchir au rôle qu'ils peuvent jouer pour encourager l'implication des citoyens dans la vie de la cité. Elle les a invités à développer des pratiques concrètes dynamisant le débat public et favorisant la participation citoyenne. Un certain nombre de rédactions ont manifesté la volonté de transcender leurs modes habituels de fonctionnement et ont proposé des projets de ce type. Plusieurs expériences ont notamment donné à des non-professionnels l'occasion de jouer un rôle actif dans la production d'émissions ou d'articles. La publication 'Des médias qui font bouger' a pour ambition de présenter ces réalisations novatrices et de les situer dans un cadre de réflexion plus général.



Auteur avec Benoît Grevisse et Michaël Harzimont d'un premier rapport qui présentait entre autres une typologie de pratiques journalistiques renforçant la participation et la démocratie, Nico Carpentier établit tout d'abord un lien entre cette typologie et les vingt-deux projets (onze francophones et onze néerlandophones) qui ont été soutenus par la Fondation Roi Baudouin dans le cadre de la campagne 'Médias et Citoyens'. Le modèle qu'il propose distingue douze dimensions, présentées sous la forme de couples antinomiques et regroupées en quatre grands pôles: l'information et le contrôle, la représentation des communautés et des sous-groupes constitutifs de la société, la représentation du politique et la fonction participative. Nico Carpentier montre dans quelle mesure les initiatives concrètes réalisées par les vingt-deux médias sélectionnés peuvent se rattacher au modèle théorique qu'il avait mis au point. L'idée de base de son plaidoyer est que favoriser l'implication citoyenne dans – et par – les médias passe non pas par un choix radical en faveur de l'une des deux extrémités du modèle, mais plutôt

par un rééquilibrage des choix actuels. En effet, il est quasiment irréalisable d'intégrer les douze dimensions dans un seul produit médiatique. L'ambition de cette typologie est bien plus de proposer un aperçu des possibilités et même une sorte de menu dans lequel chacun peut faire son choix à la carte mais toujours à bon escient.

La seconde partie de son article se concentre plus particulièrement sur l'aspect participatif, qui est au cœur d'un grand nombre des projets 'Médias et Citoyens'. Ce concept de participation, beaucoup plus complexe qu'il n'y paraît, exige une clarification. Nico Carpentier dissèque les rapports qu'il entretient avec les concepts d'accès et d'interaction et montre les différences qui apparaissent selon que la participation est envisagée du côté de la production ou de la réception, et dans les médias traditionnels ou les nouveaux médias. Il conclut sa réflexion par une analyse des éléments qui restreignent la participation, qu'ils soient inhérents à la conception de l'identité professionnelle des journalistes, au contexte des médias ou aux participants eux-mêmes.



La deuxième partie de la publication est consacrée à une présentation détaillée et critique des onze projets soutenus en Communauté française. Il s'agit, par ordre alphabétique, des initiatives suivantes:

- *Antenne Centre* – 'Écoute jeunes': deux groupes de jeunes en décrochage ont eu la possibilité de s'exprimer au travers d'émissions dont ils ont été les concepteurs. L'occasion leur a ainsi été donnée de communiquer à un large public leurs attentes, leurs désirs et leurs craintes quant à leur intégration dans la société.

- *Bel-RTL* – 'Votre question nous intéresse': cette rubrique, qui préexistait à la campagne 'Médias et Citoyens', vise à aider des auditeurs à résoudre des problèmes en les impliquant dans la recherche de la solution. L'appui de la Fondation a permis d'améliorer ce dispositif par deux éléments concrets.

- *Fédération des Télévisions Locales* – 'Profils – pour la création d'une dimension participative': le projet consistait à créer une rédaction participative, constituée à la fois de journalistes et de citoyens en recherche d'emploi ou en formation, représentant le public-cible de l'émission. Une série d'émissions spéciales ont été réalisées à partir de leurs préoccupations.

- *Femmes d'Aujourd'hui* – 'Solitude: Ensemble agissons': de septembre 2002 à juin 2003, *Femmes d'Aujourd'hui* a proposé une rubrique bimensuelle sur le thème de la lutte contre la solitude, qui avait été choisi par les lectrices. L'originalité de la démarche a consisté à proposer des solutions issues de l'interaction avec le public.

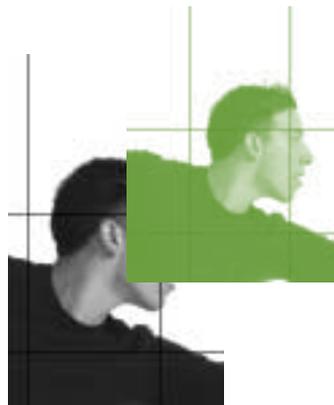
- *La Libre Belgique* – 'L'école en boîte': une journaliste et une photographe ont voulu faire découvrir l'école autrement au fil d'un feuilleton mensuel de neuf articles consacrés à une école "comme les autres". En s'immergeant durant une longue période dans un lieu précis, elles ont accepté l'interaction avec les citoyens et les risques de celle-ci.

- *Le Ligeur* – 'Parents, comment répondre à vos jeunes devenus électeurs?': à l'occasion des élections fédérales de mai 2003, *Le Ligeur* a proposé une aide aux parents de jeunes électeurs. Avec l'aide du Crisp et au moyen entre autres d'un site interactif, l'hebdomadaire a cherché à répondre aux questions que les jeunes se posent à l'approche des élections et à vulgariser une matière complexe.

- *Le Soir/Spirou* – '6T': *Le Soir* et *Spirou* ont collaboré pour faire produire le magazine '6T' par des élèves de 10 à 15 ans. Les sujets abordés traitent principalement d'initiatives citoyennes développées par les communes dans lesquelles sont implantées les six écoles sélectionnées. Ce projet a été marqué par une réelle autonomie des classes concernées.

- *No Télé* – 'Création d'un centre de vidéo participative en milieu défavorisé':

No Télé a organisé un groupe vidéo en milieu défavorisé afin que ces journalistes occasionnels puissent prendre en charge toute la réalisation de reportages. L'objectif était d'amener ce groupe à une réflexion sur le fonctionnement des institutions, sur la société et sur la manière de créer un dialogue social respectueux de chacun des partenaires.



- *RTBF* – 'Quand les jeunes s'en mêlent': comme le nom l'indique, l'objectif de l'émission est de faire une place aux jeunes dans les créneaux d'information généralement réservés aux seuls adultes. Il s'agit non seulement de leur donner la parole, mais aussi d'en faire de vrais acteurs de l'information dans un espace d'interactivité entre jeunes et adultes (responsables politiques, associatifs, judiciaires...).

- *Sud Presse* - 'Journal de classe': pas moins de 3.000 élèves ont participé à l'opération 'Journal de classe'. Ils ont été intégrés à la production des différentes éditions du quotidien en rédigeant leurs propres pages. Au-delà de la découverte des réalités d'une entreprise de presse, l'initiative a aussi permis aux jeunes d'aborder de nombreuses problématiques locales, mais aussi des sujets d'intérêt plus général.

- *Télévesdre* – 'Informer, s'informer. Mode d'emploi': la télévision locale de l'arrondissement de Verviers a choisi de mettre l'information en débat en organisant une série de quatre émissions. Le but était de donner aux téléspectateurs et aux associations l'occasion de s'exprimer sur la manière dont la télévision locale rendait compte de leur réalité.

La troisième partie donne un aperçu succinct des projets qui ont été menés en Communauté flamande. Deux d'entre eux sont commentés en détail et les neuf autres font l'objet d'une présentation synthétique.

Dans une quatrième partie, Benoît Grevisse livre son analyse des vingt-deux projets soutenus. À la suite entre autres de Dominique Wolton, il considère que la presse occidentale a remporté une triple victoire – politique, technique et économique – mais qu'elle refuse de percevoir les nouveaux défis nés de cette situation: la plupart des acteurs continuent à se battre comme si le problème était lié à un manque de liberté d'information alors qu'aujourd'hui la difficulté consiste précisément à gérer l'exercice de cette liberté. Les journalistes ont parfois tendance à ignorer les contradictions liées à leur propre pouvoir et ne sont prêts ni à l'analyser, ni à subir la critique à son propos. C'est ce qui peut expliquer le lent mais inexorable mouvement de désaffection des opinions publiques à leur égard.

L'un des intérêts des vingt-deux projets 'Médias et Citoyens' est précisément de s'inscrire à contre-courant de cette tendance et d'explorer des voies inédites, correspondant aux nouveaux rapports qui s'établissent entre les médias et leur public. Benoît Grevisse les passe en revue à la lumière des trois 'victoires' décrites plus haut. Dans les projets les plus aboutis, note-t-il, le citoyen n'est pas réduit au rôle de simple témoin prétexte: il devient l'expert du sujet qu'il médiatise avec l'aide de professionnels. De manière plus générale, il souligne aussi la dynamique que ces projets ont instaurée dans l'ensemble des rédactions, grâce à la rencontre d'un public enthousiaste et souvent créatif, aux échanges avec d'autres professionnels et à la réflexion que cette démarche a initiée.

Le mot de la fin revient à Nico Carpentier, qui définit les conditions auxquelles ces initiatives-pilotes pourraient prendre un caractère plus structurel. Il faut pour cela, d'une part, une volonté forte des médias eux-mêmes – qui doivent développer en interne la formation, les échanges entre les professionnels désireux d'explorer cette voie et la mise sur pied de projets concrets – et d'autre part des mesures politiques de facilitation et de stimulation prises aux différents niveaux de pouvoir. La création d'un fonds pour la démocratisation des médias, que beaucoup appellent de leurs vœux, pourrait être un instrument extrêmement utile dans ce domaine.



La Fondation Roi Baudouin

Contribuer à l'amélioration des conditions de vie de la population

www.kbs-frb.be

La Fondation Roi Baudouin

- est une fondation d'utilité publique indépendante et pluraliste
- a été instituée en 1976 à la demande du Roi Baudouin, à l'occasion du 25^e anniversaire de son accession au trône
- dispose d'un budget de fonctionnement de quelque 25 millions d'euros par an.

QUATRE PROGRAMMES CENTRAUX

Au cours des années à venir, nous concentrerons nos efforts sur quatre programmes:

- 'Justice sociale': détecte de nouvelles formes d'inégalité sociale et soutient des initiatives qui accroissent l'autonomie des personnes les plus vulnérables
- 'Société civile': stimule l'engagement citoyen et renforce le mouvement associatif
- 'Gouvernance': associe plus étroitement les citoyens aux décisions sur les modes de production et de consommation des biens et des services ainsi qu'aux évolutions dans les sciences médicales
- 'Fonds & Philanthropie d'aujourd'hui': encourage des formes modernes de générosité, fournit des informations aux donateurs et leur propose toute une gamme d'instruments de philanthropie

D'autre part:

- Des 'Initiatives spécifiques et structurelles' : un projet sur l'aménagement du quartier européen à Bruxelles, un soutien à Child Focus, un partenariat structurel avec le European Policy Centre
- Tous les programmes accordent une attention particulière à la diversité culturelle et à l'équilibre des relations hommes-femmes

UNE COMBINAISON DE MÉTHODES DE TRAVAIL

Pour atteindre notre objectif, nous combinons différentes méthodes de travail:

- nous soutenons des projets de tiers
- nous développons nos propres projets sur certains thèmes
- nous organisons des journées d'étude et des tables rondes réunissant des experts et des citoyens
- nous mettons sur pied des groupes de réflexion sur des enjeux actuels et futurs
- nous rassemblons autour d'une même table des personnes aux visions très diverses
- nous synthétisons les informations ainsi obtenues dans des publications et des rapports (gratuits)...

LA FONDATION ROI BAUDOIN EST UNE FONDATION EUROPÉENNE EN BELGIQUE

- nous sommes actifs au niveau local, régional, fédéral, européen et international
- nous tirons parti de notre implantation à Bruxelles, capitale de l'Europe, de la Belgique et des deux grandes Communautés de notre pays

Vous trouverez de plus amples informations sur notre site internet: www.kbs-frb.be

Renseignements pratiques:

tél. +32-2-511 18 40, fax +32-2-511 52 21 ou e-mail: info@kbs-frb.be

Fondation Roi Baudouin, rue Brederode 21, B-1000 Bruxelles

Les dons à partir de 30 euros versés à notre compte 000-0000004-04 sont fiscalement déductibles.

