

Espace public, presse et représentation politique en Wallonie

Des médias au service d'une identité wallonne ?

Marc Lits
Observatoire du récit médiatique
Université catholique de Louvain

Toute recherche portant sur la contribution des médias à la formation ou au développement des identités repose sur un postulat implicite selon lequel ces médias jouent un rôle déterminant dans la constitution des représentations sociales collectivement partagées. Ils contribuent à la construction d'une "identité narrative", selon la terminologie de Paul Ricœur¹ ou de Jean-Marc Ferry², et cette identité concerne autant les individualités que les groupes confrontés à des médias consommés de manière partagée. Les Français et les Belges francophones appartiennent ainsi au même univers linguistique et culturel (avec des variations dans leur accès à certaines œuvres littéraires, musicales ou théâtrales), mais ils consomment des médias différents, puisque leurs chaînes de télévision nationales, publiques ou privées, sont leur principale source d'accès à l'information et à la fiction. Si ces deux groupes relèvent bien sûr d'États différents, c'est aussi l'accès à des médias distincts qui leur construit d'autres référents, d'autres logiques d'appartenance.

Les médias audiovisuels

La Belgique est un État fédéral au sein duquel l'ensemble des compétences en matière de culture, d'information, de presse et d'audiovisuel dépend depuis 1970 des pouvoirs communautaires. Il n'y a donc plus de radio-télévision belge, émettant pour l'ensemble de la nation, mais deux organismes publics distincts, la RTBF pour la Communauté française et la VRT pour la Communauté flamande. Dès le 31 octobre 1953, le législateur a créé deux chaînes publiques de télévision distinctes, une francophone et une néerlandophone, qui choisirent aussitôt des logiques de programmation très différentes. La chaîne francophone privilégia la retransmission de programmes français, y compris du journal télévisé, jusqu'en octobre 1956. La Flandre fit d'emblée un choix différent, parce qu'elle s'inscrivait dans un projet politique de conquête de son autonomie culturelle et politique au sein d'un État où elle se sentait, à juste titre, dominée par la partie francophone qui contrôlait jusqu'à ce moment toutes les institutions politiques, militaires, judiciaires, éducatives et économiques. Elle privilégia donc les productions propres, destinées à installer une identité flamande et à favoriser son émancipation du pouvoir central.

Les découpages politiques et linguistiques, renforcés par la dispersion des consommations télévisuelles rendent plus problématique que jamais l'affirmation d'une identité nationale ou régionale. L'évolution du système politique belge a en effet entraîné un découpage particulier des médias selon un quadruple clivage :

— linguistique (émetteurs francophones versus émetteurs néerlandophones, entièrement autonomes ; sans parler ici des moyens audiovisuels plus limités dont dispose la

¹ Cf. P. RICŒUR, *Temps et récit*, Paris, Éd. du Seuil, coll. "L'ordre philosophique", 1983.

² J.-M. FERRY, *Les puissances de l'expérience. Essai sur l'identité contemporaine*. Paris, Éd. du Cerf, coll. "Passages", 2 vol., 1991.

communauté germanophone du pays) ;

— chaînes publiques vs chaînes privées (toutes soumises à autorisation des Communautés, compétentes en matière d'audiovisuel) ;

— chaînes nationales (ou plus exactement communautaires) vs télévisions locales ;

— national vs étranger (les chaînes des pays avoisinants réalisent une audience importante, surtout pour celles qui émettent dans les langues nationales de la Belgique, à savoir les chaînes françaises et hollandaises).

Puisqu'il n'y a pas de chaîne publique nationale, les chaînes, tant publiques que privées, présentent prioritairement une information relative à leur Communauté d'appartenance, avec une ignorance quasi-totale des événements survenant dans l'autre Communauté. La télévision francophone, par exemple, accorde plus de place aux réalités publiques de la France (élections, sport, culture...) que de la Flandre.

L'émission choc proposée par la RTBF le 13 décembre 2006 a été significative de cet état d'esprit. Il était significatif d'y retrouver une vision de la Flandre particulièrement caricaturale. Celle-ci y apparaissait comme une entité arrogante, méprisant les francophones, sourde à toute tentative de négociation, assise sur sa supériorité numérique et sa force économique. Les réactions des responsables politiques et des éditorialistes flamands furent d'ailleurs très dures, dénonçant une émission qui ne pouvait que renforcer les peurs, les tensions et l'incompréhension. Mais cette émission a en tout cas servi à montrer combien les programmes télévisuels sont porteurs de valeurs identitaires, ici très explicites mais souvent plus implicites, qui nourrissent les appartenances politiques et culturelles, le plus souvent en exaltant une identité national(ist)e basée sur le refus de l'autre et le repli sur soi.

Dans ce contexte de clivages intercommunautaires, les médias de la Belgique fédérale révèlent davantage la crise identitaire d'un pays aux portes du séparatisme qu'ils ne construisent une identité forte, fût-elle de substitution, en remplaçant le modèle d'un État qui n'a jamais été une nation par une vision régionale marquée. C'est une identité en creux qui se dégage des textes réglementaires régissant les médias publics, comme de l'organisation des grilles de programmes et de l'éparpillement du paysage audiovisuel. Ces différences dans la notion d'appartenance expliquent pour partie les conflits actuels qui ont surgi de manière accrue lors des dernières élections législatives de juin 2007. Le clivage autour de la scission des arrondissements électoraux ou de la protection des minorités linguistiques dans les zones de la frontière linguistique est révélateur de velléités confédéralistes, voire indépendantistes. Et dans ces tensions, les médias ont clairement fonctionné comme des relais de leurs opinions publiques respectives, même si certains mouvements centripètes, plaidant pour une relance d'une Belgique unitaire, ont aussi été soutenus.

Les parts de marché conquises par les différentes chaînes témoignent de cette fragmentation de la consommation télévisuelle en Belgique. Pour la partie francophone du pays par exemple, la télévision publique, avec ses deux chaînes, retient un peu plus de 20 % de l'audience, alors que la chaîne privée RTL, avec ses trois programmes, RTL-TVI généraliste, Club RTL ciblée vers les plus jeunes et Plug TV destinée à un public adolescent, attire un tiers du public. Par contre, les trois chaînes françaises, TF1, France 2 et France 3, captent près de 30 % du marché, bien au-dessus de la chaîne publique. Et si l'on considère chaque chaîne individuellement, sans globaliser les résultats par groupes, TF1 est la deuxième chaîne la plus regardée en Communauté française. Quant aux chaînes de télévision locales, elles n'ont qu'un pour cent de l'audience totale, mais ce chiffre est à nuancer, puisqu'il doit être évalué à un niveau local, et en fonction des offres de programme beaucoup plus limitées. Il ressort donc de ces données qu'à l'instar des autres pays européens, l'émetteur privé national, RTL, est

le lieu principal en matière de consommation télévisuelle, ce qui se confirme aussi pour les audiences des journaux télévisés. C'est là que se construit donc majoritairement une appartenance identitaire, dans l'usage partagé massivement d'une même source d'information.

Ces découpages politiques et linguistiques, renforcés par la dispersion des consommations télévisuelles, rendent problématique l'affirmation d'une identité, tant dans les lieux d'information que dans les (rares) fictions produites en Communauté française. Cependant, depuis 2006, la RTBF a relancé la production de séries à ancrage régional, avec *Septième ciel Belgique* en 2006, située à Tournai, et *Melting pot café* en 2007, située à Bruxelles. Toutes deux connurent un succès relatif.

Le secteur audiovisuel est donc centré sur ses missions communautaires. Le contrat de gestion redéfini en octobre 2001 par l'autorité de tutelle politique assigne très clairement cet objectif au service public très exactement désigné comme « la radio télévision belge de la Communauté française Wallonie-Bruxelles (en abrégé, RTBF) ». Parmi les objectifs assignés, qui ne parlent jamais d'une information nationale, il s'agit de « favoriser la réalisation de productions originales qui s'attachent notamment à mettre en valeur le patrimoine de la Communauté Wallonie-Bruxelles et illustrent ses spécificités régionales ; diffuser des émissions qui s'efforcent de favoriser l'intégration harmonieuse et l'accueil des populations étrangères vivant en Communauté Wallonie-Bruxelles ; s'insérer dans la logique de construction européenne et de la francophonie internationale³ ». L'attention est donc bien marquée à la Communauté, ce qui est normal, ainsi qu'aux personnes immigrées qui y résident ; et à un niveau plus large, non à la Belgique, mais à l'Europe et à la francophonie.

Le constat est donc clair. Le service public audiovisuel a pour mission « de promouvoir l'image de la Communauté Wallonie-Bruxelles, ainsi que des régions wallonne et bruxelloise ». Si une construction identitaire se dessine, celle-ci relève donc d'une part d'un pôle communautaire, et de l'autre d'un ancrage dans les sous-régions. Ces entités peuvent accéder officiellement aux médias audiovisuels de deux manières. La loi fixant les missions du service public parle explicitement de la « valorisation des spécificités régionales », et le contrat de gestion demande aux cinq centres régionaux de la RTBF (pour une population de 4,5 millions d'habitants !) « de produire au moins 75 % des programmes », en radio comme en télévision. Il va jusqu'à préciser le nombre de bulletins d'information régionale qui doivent être diffusés (un par jour en télévision, en semaine, et cinq en radio).

C'est encore plus vrai en radio, puisque plus de 80 % de la production des différentes radios de la RTBF est assurée par les centres régionaux. Si La Première réalise un peu plus de 7 % d'audience (mais ces chiffres varient selon les méthodologies de mesure, et ils doivent, pour la radio, être pris avec prudence), VivaCité touche 13 à 14 % d'auditeurs (selon les types de mesure). En outre, cette chaîne a multiplié les décrochages régionaux depuis 1998 et traite donc de manière rapprochée les événements significatifs des sous-régions visées par les décrochages. Mais ce sont les radios privées BEL RTL et Contact qui attirent davantage les auditeurs avec plus de 35 % d'audience à elles deux.

Ainsi, le respect des particularités sous-régionales est clairement affirmé, et il l'est encore davantage, si l'on sait que la Communauté française possède depuis 1976 des télévisions locales et communautaires (TVLC) implantées en nombre (12 à ce jour), et financées essentiellement par des moyens publics régionaux, sous-régionaux et

³ Cf le recueil des textes réglementaires relatifs à l'audiovisuel belge, *Le CSA, je veux savoir*, Bruxelles, Luc Pire, 2005.

communaux. Ces télévisions ont une bonne audience, puisqu'elles sont relayées par le câble et que leurs programmes (de une à trois heures par jour) passent en boucle, mais elles jouent principalement un rôle de miroir de micro-collectivités dans une perspective sous-régionale. Organisées par le décret sur l'audiovisuel de 1987, financées pour l'essentiel par les pouvoirs publics, elles ont prioritairement une mission d'information locale et de développement culturel. Mais cette mission se limite bien sûr au territoire couvert par chaque télévision, de Tournai (No Télé) à Liège (RTC Liège), en passant par Namur (Canal C), TV Lux (province de Luxembourg) ou Ottignies (TV Com). Sans oublier Antenne Centre (La Louvière), TéléSambre (Charleroi), Télé Bruxelles, Télé Mons Borinage (Mons), Canal Zoom (Gembloux), Vidéoscope (Rochefort) et Télévesdre (Verviers). Ainsi, même si certaines émissions sont produites collectivement, en association avec Videotrame, l'organisme qui coordonne toutes les TVLC, par exemple en matière de recherche d'emploi, la plupart des productions sont limitées aux événements locaux, et consommées par les téléspectateurs de manière occasionnelle, lors d'un des multiples passages de ces programmes diffusés en boucle.

Il n'existe guère, en Wallonie, de producteurs et de programmes spécifiquement destinés à l'ensemble de la collectivité, aux fins de l'aider à se construire une identité collective. Parce que les actionnaires privés de ces médias n'y voient pas d'intérêt, souvent éloignés qu'ils sont du public visé, parce que l'information de proximité y est davantage ciblée sur des sous-régions que sur le territoire wallon considéré comme un ensemble homogène. Parce que les démarches plus participatives, telles qu'elles furent tentées, dans la foulée du mouvement blanc, par le projet du *Journal du mardi* n'ont guère eu d'échos auprès du public. Comme si celui-ci n'avait pas d'attente particulière par rapport aux médias qu'il consomme, et dans lesquels il ne recherche pas un engagement plus marqué, au-delà des rubriques locales qui continuent à avoir sa préférence.

La fin de la presse d'opinion

Le cas de la presse écrite est assez différent, puisque celle-ci appartient totalement à des groupes privés, même s'ils bénéficient d'aides publiques pour soutenir leur rôle de participation aux débats publics. Dans l'immédiat après-guerre, la Belgique a connu la renaissance d'une presse soucieuse de vivifier le débat démocratique. *Le Drapeau Rouge*, *La Cité* ou *Le Peuple* voulaient perpétuer les concepts fondateurs de la presse de la Résistance. Jean Heinen dans son article de clôture de la formule hebdomadaire de *La Cité*, sous le titre « Informer pour libérer⁴ » définissait ce projet comme « une entreprise passionnée au service de l'information libératrice (...) créée pour exprimer l'opinion des travailleurs chrétiens de Wallonie ». J. Heinen parlait de « combats », de « camp », de « conviction », de « d'organe critique, d'analyse, de réflexion, de participation ». Il y avait donc engagement marqué dans un camp, face à un autre, ou à plusieurs autres, à une époque où les positions étaient nettement dessinées, comme dans une guerre de tranchées. Avec la volonté d'expliquer aux lecteurs les grands enjeux qui déterminèrent leurs prises de position. Il y avait une réelle volonté pédagogique d'expliquer les grands mouvements et les tendances, de les « décrypter », pour pouvoir prendre position contre « les totalitarismes » et « un jeu économique impitoyable⁵ ».

En 1985, les lecteurs ne seront plus en nombre suffisant pour maintenir le titre en l'état, et des notes de réflexion relèvent que « les raisons d'hier ne suffisent pas à

⁴ *La Cité*, 8e année, n° 52, 28/12/95, pp. 4-5.

⁵ J. HEINEN, « La cause de l'homme », in R. CAMPÉ, M. DUMON et J.-J. JESPERS, *Radioscopie de la presse belge*, Verviers, André Gérard/Marabout, 1975, p. 310.

inspirer la démarche de lecture », que la stratégie éditoriale doit être repensée, voire bouleversée : « A l'appel du devoir, il nous faut désormais substituer la séduction ». C'est le même questionnement qui revient en 1988, quand la formule quotidienne sera abandonnée au bénéfice de l'hebdomadaire, lequel devra trouver un ton propre, en « tension entre la fidélité à son identité propre de journal d'opinion et la réalité du marché ».

Le grand mot est lâché : l'économie de marché serait-elle doublement meurtrière ? Parce que les conditions de production et surtout les seuils de rentabilité l'emportent sur les motivations d'information et de formation démocratique. Parce que l'économie s'est instaurée en mode de pensée majoritaire, sinon unique, au détriment des voix divergentes. Le déclin lent mais progressif de ces journaux est-il lié à un désengagement généralisé par rapport à la chose politique, à la mort lente de la presse écrite, d'information générale comme d'opinion, à des changements d'attitude et de consommation du public, à une mauvaise adaptation d'un « produit » face à un lectorat en complète révolution ? Toutes ces questions tournent autour de la place de l'engagement dans une société désenchantée et des rapports entre l'opinion et le marché.

Plusieurs philosophes caractérisent notre période, en émergence depuis les années 70, comme celle de la postmodernité. Sans reprendre ici les thèses amorcées par Jean-François Lyotard, développées par G. Vattimo ou A. Kibedi-Varga ou discutées par L. Ferry⁶, on peut en retenir deux éléments intéressants. Premièrement, la relativisation des grands systèmes de légitimation qui va entraîner une forme de désenchantement. Deuxièmement, le rôle central des médias dans ce dispositif. G. Vattimo affirme

a) que les mass media jouent un rôle déterminant dans la naissance d'une société postmoderne ; b) qu'ils caractérisent cette société non comme société plus «transparente», plus consciente de soi, plus «éclairée», mais comme société plus complexe, voire chaotique ; et enfin c) que nos espoirs d'émancipation résident justement dans ce « chaos » relatif⁷.

Ce désenchantement du monde sonne aussi la disparition des conflits d'opinion. Quand la lutte des classes est reléguée dans les poubelles de l'histoire, meurent avec elle les lieux où se développaient les querelles entre groupes adverses, à savoir essentiellement la presse imprimée qui vivait finalement de ces tensions antagonistes. Mais cette disparition des politiques partisanes s'est faite au profit d'une réappropriation du quotidien par des sous-groupes de type associatif, lesquels se constituent autour de projets très segmentés plutôt qu'en fonction d'une vision politique globale.

Face à cette concentration imposée par les lois du marché, et au moment où les sous-groupes se diversifient en se référant à des choix de vie (plutôt qu'à des idéologies) toujours plus éclatés, le paradoxe de la presse d'opinion atteint son sommet. En effet, pour G. Thoveron et J.-M. Nobre-Correia, certains éditeurs pensent dès lors « résoudre le problème en passant du *pluralisme externe* (à une opinion correspond un journal) au *pluralisme interne* (plusieurs opinions s'expriment dans un même journal)⁸ ». Ces deux auteurs adoptent alors le point de vue selon lequel le journal ne

⁶ Cf. J.-F. LYOTARD, *La condition postmoderne. Rapport sur le savoir*, Paris, Éd. de Minuit, 1979 ; A. KIBEDI-VARGA, *Littérature et postmodernité*, Groningue, C.R.I.N., 1986 ; L. FERRY, *Homo aestheticus. L'invention du goût à l'âge démocratique*, Paris, Grasset, 1990.

⁷ G. VATTIMO, *La société transparente*, Tournai, Desclée De Brouwer, 1990, p. 13.

⁸ G. THOVERON et J.-M. NOBRE-CORREIA, « Concentration de presse et contenu du journal », *La Revue Nouvelle*, t. LXVI, n° 9, sept. 1977, p. 180.

présente plus une opinion (la sienne) au lecteur mais lui offre un panachage de l'ensemble des opinions susceptibles d'être imaginées par tous les lecteurs. Il est vrai que si l'on observe, par exemple, des quotidiens comme *Le Soir* ou *La Libre Belgique*, on y trouve l'affirmation d'opinions clairement affichées, autant dans les caricatures que dans le courrier des lecteurs, les "cartes blanches", les éditoriaux ou les rubriques d'interviews. Autant de sensibilités très engagées, qui se fondent sur une argumentation mêlant analyse politique et sensibilité personnelle, mais qui ne sont pas reliées à l'opinion du journal.

On peut dès lors s'interroger si la pluralité maximale des opinions est encore une opinion, ou si la dissolution des points de vue, dans leur représentation kaléidoscopique, n'aboutit pas plutôt à une absence d'opinion. Il resterait alors vérifier à qui profite cette dissolution ! Ces phénomènes relevés depuis une vingtaine d'années s'accroissent en effet aujourd'hui, et modifient probablement les conditions de l'analyse et de l'interprétation actuelles.

Une opinion publique wallonne ?

Si les médias audiovisuels privés ne se sentent pas responsables de la défense d'une identité wallonne, si la presse écrite est de moins en moins un lieu où se construit un véritable débat public, on peut s'interroger sur le rôle encore joué par les médias dans la construction identitaire d'une région et d'une communauté en quête de repères et de reconnaissance.

Poser la question de la place et du rôle des médias dans la région wallonne soulève d'emblée deux problèmes d'ordre différent. Le premier est relatif à la langue, le second porte sur le poids économique et politique des entreprises de presse wallonne, mais tous deux posent évidemment la question du rôle des médias dans la construction d'une identité wallonne qui ne pourrait être assurée que par des acteurs insérés dans le tissu socio-économique et culturel de la Wallonie. Ces questions étaient déjà au centre des troisièmes rencontres des "Jardins de Wallonie" organisées par l'Institut Jules Destrée et la RTBF Namur, les 4 et 5 septembre 1999 à Floreffe, autour du thème « La presse écrite et audiovisuelle en Wallonie. Quel espace médiatique pour la Wallonie ? ».

La question de la langue est vite réglée, du moins si l'on se contente d'observer les médias, sans se prononcer sur le débat de fond. Il n'y a pas de presse d'information wallonne, au sens où elle serait rédigée dans ce dialecte, ni en presse écrite, ni dans l'audiovisuel. Il y a certes quelques bulletins locaux rédigés en wallon, une émission de télévision à la RTBF, quelques diffusions de théâtre dialectal, de rares billets en wallon dans les pages régionales de certains quotidiens. Mais ce ne sont là que des bribes éparses, dans la mesure où les médias utilisent massivement le français pour toucher la population wallonne (à l'exception notable du *Grenz Echo* qui vend quotidiennement 10.000 exemplaires en allemand auprès de la communauté germanophone). Les médias parlent donc en français à leurs lecteurs et auditeurs de Wallonie.

Ces médias sont aussi très peu wallons, dans leur actionnariat comme dans leur couverture de l'information. Ce fut un des axes de la discussion lors des Rencontres précitées. Les propriétaires des journaux diffusés en Wallonie sont souvent Bruxellois (pour *Le Soir* ou *La Libre Belgique*) ou dépendants de groupes néerlandophones ou étrangers (la famille Leysen et le groupe Corelio, éditeur du *Standaard* et du *Nieuwsblad* sont actionnaires des éditions de l'Avenir, le groupe Roularta). Les rédactions sont majoritairement installées à Bruxelles, y compris pour suivre la politique des exécutifs régional et communautaire. Certains estiment, particulièrement dans la classe politique, que *Le Soir* continue à parler de la politique wallonne comme s'il s'agissait d'un Etat étranger, ou se sent obligé de faire des séries explicatives sur les

réalités wallonnes, voire un tour des sous-régions, pour expliquer à ses lecteurs le mode de fonctionnement de cette contrée exotique.

Dresser la liste des acteurs francophones en présence devient malheureusement chose de plus en plus aisée, tant il est vrai qu'on a vu disparaître les titres au fil des décennies et que les autres n'ont cessé de se concentrer. Tous les quotidiens, y compris, *L'Echo* et *Metro*, le quotidien gratuit, s'inscrivent plus ou moins dans un des trois grands groupes en présence. Rossel s'impose comme premier groupe francophone. Sud Presse, qui rassemble de plus en plus visiblement sous sa houlette les locaux du groupe, se taille la plus grande part de marché. Quant au porte-drapeau du groupe dans la catégorie des titres de référence, *Le Soir* (moins de 100.000 exemplaires), il connaît un recul de plus en plus net.

Le groupe IPM compte deux titres : *La Dernière Heure/Les Sports* et *La Libre Belgique*. Le premier, dans la catégorie des titres populaires se maintient bien depuis plusieurs années. Après plusieurs refondations, *La Libre* a freiné sa dégringolade. Basé à Namur, le groupe des Editions de l'Avenir (qui a récemment uniformisé les titres de ses différentes éditions) approche les 100.000 exemplaires quotidiens.

Il y a 20 ou 30 ans, tous les quotidiens – ou presque – appartenaient encore à des groupes familiaux. L'évolution récente révèle à la fois un mouvement de concentration (diminution du nombre de titres par fusions, absorptions, accords techniques et rédactionnels) et une intrusion plus grande de groupes industriels.

Les trois groupes qui se partagent aujourd'hui l'essentiel du marché – Rossel, IPM et l'Avenir – s'inscrivent dans une logique commerciale de développement et de diversification afin de sauvegarder, voire de renforcer leurs parts de marché. Les tentatives de lancement de titres axés sur la défense d'opinion font malheureusement penser qu'il est presque impossible aujourd'hui de survivre en dehors des lois les plus strictes du marché. Journalistes et éditeurs réclament, depuis des années, une réforme de l'aide à la presse prenant en compte cet aspect. En attendant, pour le lecteur, cela veut bien dire que "l'offre" de quotidiens différents et d'expressions diverses se réduit encore et toujours.

Car il ne suffit pas de garder des éditoriaux distincts ni même un traitement séparé du vaste domaine socio-politique pour prétendre à la sauvegarde de l'indépendance. Lorsque sont traités en commun des domaines populaires aussi sensibles que les faits divers, les pages TV ou l'information sportive, n'est-ce pas d'érosion culturelle dont il faut parler et donc d'un secret rabetage de la démocratie ? Il ne semble pourtant pas subsister d'alternative pour les éditeurs de plus en plus contraints à tenter d'élargir leur marché, à développer des synergies tout en proposant de nouveaux produits et en réduisant les coûts. La flambée du prix du papier en ce début de siècle est venue, à nouveau, perturber les plans de développement.

Sur un autre plan, on constate qu'au cours des dernières années, les quotidiens se sont repliés sur des niches plus claires. Alors qu'au début des années 90, les locaux s'efforçaient de revaloriser leur couverture nationale et internationale, les généralistes de référence faisaient le même chemin à l'envers. Aujourd'hui, chacun est revenu plus nettement sur ses terres avec la conviction qu'il faut développer des identités claires. La question ne semble pourtant pas toujours aussi simple. Le cas de la réforme du *Soir* a montré qu'un quotidien de référence, implanté dans un marché aussi petit, ne pouvait totalement faire l'économie du fait local.

En outre, à côté des quotidiens dits "nationaux", les quotidiens régionaux mettent davantage en avant les sous-régions où ils sont bien implantés, via leurs éditions régionales nombreuses, que le fait wallon dans son ensemble. Les Liégeois, les Namurois, les Luxembourgeois, les Carolorégiens se retrouvent dans leur quotidien, qui

privilégie l'information locale, et y cherchent un reflet des petits faits de leur environnement immédiat plutôt qu'une mise en perspective d'un projet wallon, dont les quotidiens ne se sentent pas tenus de jouer les porte-parole. Plutôt donc que de discuter de l'éventuel rôle politique que pourraient jouer les médias dans la construction d'une identité wallonne, il est plus opportun de faire l'état des lieux de ce que lisent et regardent les Wallons, et de comprendre quels sont les ancrages de cette presse, ce qui permet aussi d'expliquer le type de regard qu'elle porte sur la Wallonie.

Petite communauté, petits lecteurs, petits résultats de diffusion payante... On peut aligner les raisons d'un certain malaise de la presse quotidienne francophone. Au fil des ans, s'accumulent les comparaisons peu flatteuses avec ce qui se passe au Nord du pays. Dans la décennie 2000, les francophones ont acheté un peu plus de 500.000 journaux chaque jour. Pendant la même période, en Flandre, on vendait quotidiennement 1.000.000 d'exemplaires. En 2005, les quotidiens flamands commencent eux aussi à être touchés (967.000 exemplaires), et les francophones continuent à perdre des acheteurs (493.000), même si le plancher semble être atteint.

L'écart est appréciable, mais il n'est pas qu'indicatif d'une différence de taille de marché : les tendances, elles aussi, divergent. Les ventes se maintiennent globalement en Flandre, alors qu'elles reculent en Communauté française. L'échec cuisant du *Matin*, dernière tentative de relancer un quotidien francophone, est venu ajouter à l'impression de marasme. Comparaison n'est peut-être pourtant pas raison en la matière. La presse quotidienne est probablement aujourd'hui dans une phase de mutation et de modernisation positive.

La presse belge est naturellement divisée en deux marchés, tous deux caractérisés par une taille réduite et par une forte concentration. La présence de Corelio en Wallonie offre l'exemple d'une collaboration par-delà la frontière linguistique. Mais en réalité, il s'agit d'un leurre : la presse nationale n'existe plus en-dehors de certaines typologies évoquant davantage l'impact politique des titres de référence qu'une structure de marché. Aucun titre ne peut plus se prévaloir aujourd'hui d'un lectorat significatif dans l'autre communauté. Au contraire, on voit les groupes flamands se tourner vers les Pays-Bas pour agrandir leur marché et la francophonie faire de même avec la France.

On a souvent relevé que la presse flamande est davantage marquée par un engagement politique ou idéologique alors que, du côté francophone, le premier titre de référence, qu'est *Le Soir*, cultive une certaine neutralité. L'évolution politique des communautés incite pourtant à la plus grande prudence quant à des conclusions trop rapides qui voudraient que les succès flamands soient dus à des pratiques plus engagées. Par contre, il est probable que la presse flamande offre un contenu souvent plus impertinent, moins consensuel et plus investigateur que sa consœur francophone. Question de moyens rédactionnels sans doute aussi : pratiquer l'investigation reste le rêve de beaucoup de journalistes francophones, encore faut-il en avoir le temps...

Il reste que certaines différences entre presse francophone et presse flamande continuent à subsister, entre autres dans la présence, au nord du pays, d'éditorialistes influents. Yves Desmedt (*De Morgen*), Bart Sturtewagen (*De Standaard*), Luc Van der Kelen (*Het Laatste Nieuws*), Erik Donckier (*Het Belang van Limburg*), Paul Geudens (*Gazet van Antwerpen*) ou Rik Van Cauwelaert (*Knack*) jouent pleinement leur rôle de leaders d'opinion et contribuent à construire une position collective de la population flamande, pour elle-même et face à l'autre communauté du pays. Du côté francophone, ce n'est guère le cas. Une Béatrice Delvaux, rédactrice en chef d'un des principaux journaux de la Communauté française, s'avance régulièrement dans ses éditoriaux pour soutenir la position francophone (avec un souhait clair de l'inscrire dans un cadre fédéral maintenu), mais elle n'apparaît pas comme la porte-parole d'une identité

francophone explicitement revendiquée et partagée par une part majeure de la population. Et ses positions ne sont guère relayées dans d'autres médias, à travers les revues de presse par exemple, comme c'est le cas des éditorialistes flamands.

Ni la radio, ni la télévision, ni la presse écrite ne semblent donc porter, de manière forte et engagée, un projet francophone, en phase avec l'opinion publique et avec les responsables politiques. Mais cet engagement pour un projet Wallonie-Bruxelles est peut-être répercuté dans les nouveaux médias électroniques, et circulerait alors massivement en se passant d'un relais journalistique qui n'est plus indispensable aujourd'hui pour accéder à la sphère publique.

Les médias servent-ils la démocratie ?

Certains croient en effet que les logiques participatives au cœur d'Internet vont apporter une plus-value démocratique ; le recours à Internet n'est pas simplement un apport technique, mais une remise en cause radicale de l'organisation classique de la profession journalistique et de la circulation de l'information. Ainsi, l'usage d'Internet déclasserait le journalisme classique, modifierait radicalement les pratiques d'écriture et de présentation de l'information, en proposant des approches plus diversifiées des sujets traités, par renvoi à des sources extérieures et à d'autres sites. Mais il permettrait aussi une interaction plus grande avec les récepteurs : feed-back permanent, courrier des lecteurs on-line, mesurage précis des articles lus et téléchargés... Peut-être est-ce là qu'il faut chercher l'affirmation de préoccupations identitaires aujourd'hui ? Ou dans les innombrables *talks shows* qui ont désormais remplacé les débats politiques dans les médias audiovisuels. On ne peut en effet analyser le discours politique médiatisé sans l'intégrer à d'autres paramètres qui, eux aussi, changent. Il faut tenir en compte le fait que trois paramètres changent en parallèle : le discours politique évolue et s'adapte aux nouveaux supports, le rapport du citoyen à la chose politique se transforme, le traitement médiatique de la parole politique se modifie aussi, parce que les conditions techniques permettent d'autres approches, et parce que le média tient compte des mutations sociales⁹.

On assiste ainsi à une diversification des prises de parole qui s'inscrit aussi dans une évolution de l'offre de programme. Les émissions politiques, dans une définition prise au sens le plus étroit, se raréfient dans la grille des programmes. Elles sont de moins en moins nombreuses, et reléguées plus tard dans la soirée, à des heures de moindre audience. Cette raréfaction est pour partie due à la place moins centrale occupée par le débat politique dans une société qualifiée de post-moderne, où les grands piliers fondateurs de la société voient leur rôle décroître. Une autre cause est peut-être due à la privatisation progressive des chaînes qui sont moins tenues à un cahier des charges défini par l'autorité de tutelle et vont davantage valoriser les programmes à forte audience, à savoir la fiction et le divertissement, puisqu'elles n'ont plus pour mission première de former et d'informer. En France, par exemple, les deux chaînes publiques France 2 et France 3 ont assumé 94 % de l'expression politique, en dehors des campagnes électorales, pour l'année 2004, contre 6 % pour TF1 et M6.

Un autre élément important de cette évolution est précisément lié à la volonté de ne plus seulement donner la parole à l'émetteur institutionnel (le pouvoir politique), mais aussi au récepteur du message, le public des citoyens et des électeurs, tant dans l'audiovisuel qu'en presse écrite, où les opinions des lecteurs sont plus largement répercutées qu'il y a quelques années. Tantôt, en télévision, ce sont des témoins qui sont

⁹ Cf. le dossier « Spectacularisation du politique » publié dans la revue *Recherches en communication*, n° 24, 2005, p. 7-196.

invités en plateau pour interpellier les responsables politiques, tantôt des micro-trottoirs relatifs aux thématiques débattues sont soumis au commentaire des invités en studio. Le public lui-même peut être présent pour constituer un arrière-fond de spectateurs attentifs, mais parfois aussi réactifs.

Certaines émissions politiques sont aussi centrées davantage sur des sujets de société que sur des questions politiques au sens strict, même si la frontière entre ces deux catégories est très poreuse. Le port du voile, le respect des différences religieuses ou culturelles, la légalisation des drogues douces, sont autant de thématiques qui peuvent être abordées par des représentants de la société civile, souvent invités sur ces plateaux, mais qui sont aussi liées à des propositions ou des projets de loi. Dans ce cas, c'est le journaliste, par ses questions, par la tonalité qu'il donne au débat, qui l'orientera plutôt dans une direction ou dans une autre. Cette évolution est d'ailleurs reconnue par les éditeurs, qui la revendiquent explicitement comme une stratégie destinée à retrouver des téléspectateurs de moins en moins intéressés à la chose publique. Là où les débats institutionnels les font fuir, des questions relatives au « vivre ensemble » intéressent encore le public. Ces dernières semaines, les débats télévisés du dimanche midi, tant à la RTBF qu'à RTL-TVI, ont consacré un temps important aux faits de pédophilie qui touchent l'Église catholique, à un moment où la situation politique est pourtant particulièrement sensible.

Ce qui est aussi en jeu, c'est la transformation du système politique classique, dans lequel une démocratie des partis, qui fonctionne via le suffrage universel par délégation à une élite politique, est remplacée progressivement par une démocratie de l'opinion ou du public. Les politiques ne représentent plus le groupe des militants et sympathisants qui partagent une même vision du monde, mais ils cristallisent des tendances, des « désirs d'avenir » qu'ils sentent surgir dans l'opinion et qu'ils relayent. On passe, comme dans la programmation médiatique, d'une logique de l'offre (« voilà notre programme ») à une logique de la demande (« dites-moi ce que vous voulez, je le dirai tout haut pour vous »).

C'est un constat à dresser avec la même prudence qui conduit Georges Balandier, dans *Le pouvoir sur scènes*, à refuser de croire à la fin du politique :

Selon certains, le politique s'est totalement dissous dans le médiatique ; ce serait donc la fin du politique [...] et, parallèlement, s'accomplirait sous les effets de la surmodernité la fin du social, l'effacement des relations structurées et des groupements établis dans la durée. [...] Selon d'autres, au contraire, la télévision publique permet l'avènement de la « démocratie de masse ». [...] Chacune de ces théories opposées pratique l'oubli d'une donnée permanente : le politique ne disparaît pas, il change de forme ; il ne disparaît pas parce qu'il est indissociable du tragique toujours présent, en tout temps, dans toutes les sociétés¹⁰.

Médias et politiques wallons

C'est dans ce cadre-là qu'il faut considérer les rapports très particuliers des responsables politiques wallons avec les médias et l'opinion publique. Plusieurs constats doivent être dressés, dont les conséquences s'entrecroisent pour aboutir au même résultat : une très faible représentation des élus wallons (en tout cas pour les parlementaires) dans les médias de leur communauté, et une faible présence des thématiques débattues au Parlement wallon dans l'espace public.

¹⁰ Georges Balandier, *Le pouvoir sur scènes*, Paris, Balland, 1992, p. 169.

La première raison est due à une exposition médiatique très limitée des parlementaires wallons dans les médias audiovisuels et écrits. Dans une étude réalisée en 2005 pour le CSA et le Parlement de la Communauté française, sur la spectacularisation des émissions politiques, le constat était net. Quelques responsables politiques occupent l'essentiel de la scène médiatique (ministres fédéraux, présidents de partis, ténors politiques ayant une stature liée à leur carrière antérieure, comme Philippe Moureaux, José Happart, Mark Eyskens ou Isabelle Durant...), au détriment de la très grande majorité des parlementaires "de base" qui y sont inexistantes. Cela apparaît dans l'analyse des contenus des programmes, mais aussi dans les interviews réalisées auprès des élus. Ils reconnaissent que cette disparité existe, à l'exception peut-être des télévisions communautaires qui ouvrent plus régulièrement leur antenne à des élus locaux. Cette limitation à quelques ténors se renforce du fait de la personnalisation des débats politiques évoquée précédemment. Pour être un "bon client" médiatique, il faut non seulement maîtriser les contraintes techniques du langage audiovisuel, mais aussi être immédiatement reconnaissable par l'utilisateur. On passe désormais en télévision parce qu'on est une personne publique, voire un "people", autant que pour la qualité du contenu de son message. Et comme tous les médias s'observent l'un l'autre, un système en boucle se crée, dans lequel il devient de plus en plus difficile de rentrer si on ne fait pas partie de ce premier cercle. Or, les Parlements communautaires et régionaux assurent peu, jusqu'à présent, cette reconnaissance médiatique initiale qui permet d'intégrer ce cercle.

L'argumentaire avancé par les journalistes pour justifier cette discrimination intègre ce paramètre de "vedettisation", mais il comprend souvent des justifications liées au manque d'attractivité des débats tenus dans ces Parlements. Les thèmes abordés sont d'ordre technique, ne portent pas sur des priorités du moment, sont déconnectés des problèmes "réels" des gens, ne donnent pas lieu à des décisions immédiatement visibles. Bref, ces échanges ne sont pas vendables auprès du grand public. S'y ajoutent bien sûr des commentaires attendus sur la complexité du système institutionnel belge, sur la non-compréhension par le citoyen d'organes politiques dont il ne perçoit pas les compétences et l'impact sur sa vie quotidienne. Dès lors, les caméras saisissent peu d'images des débats parlementaires, les journalistes y consacrent peu de papiers, même dans des quotidiens dont la rédaction est localisée à quelques kilomètres de ce Parlement.

C'est donc l'histoire du serpent qui se mord la queue. Les débats tenus au Parlement wallon (il en va de même pour le Parlement de la Communauté française ou celui de la région bruxelloise) ne retiennent pas l'attention des médias et n'entrent donc pas dans l'espace public. Dès lors, ces parlementaires peinent à obtenir une reconnaissance publique et médiatique, ce qui les condamne à ne pas apparaître sur les plateaux puisque n'y accèdent que les vedettes politiques adoubées par le système médiatique. Il est frappant de remarquer que les quelques souvenirs d'épisodes relatifs à la vie parlementaire wallonne qui restent dans la mémoire collective, parce qu'ils ont été fort médiatisés (mais ce relevé n'est pas le produit d'une étude systématique auprès d'un échantillon représentatif), appartiennent plutôt à leur dimension potentiellement spectaculaire : mission d'étude « à 80.000 euros » en Californie jugée trop dispendieuse à l'aune des règles de bonne gouvernance, coût des voitures de fonction, envoi de sms "léger" par un parlementaire à l'égard de la Présidente... Tous ces sujets ont fait l'objet d'une couverture médiatique plus abondante que les débats relatifs à la déclaration de politique générale du début de législature.

Ce peu d'attention aux débats parlementaires est assez semblable au manque d'intérêt médiatique pour une autre institution souffrant d'un déficit d'image, les

provinces. Par contre, les débats locaux dans les communes sont plus largement répercutés dans les pages régionales des journaux (et parfois en radio, en tout cas pour des questions d'intérêt général). A ce niveau, les médias savent qu'il y a un intérêt du public, dans la mesure où les questions traitées rentrent dans la logique de proximité qui est privilégiée par les principaux médias d'information.

La seule instance ayant finalement un relais régulier et important des médias est l'exécutif (communautaire et régional, puisque la distinction n'est pas toujours établie dans les médias). Le ministre président et ses différents ministres ont droit à une couverture significative, après les conseils des ministres suivis de conférences de presse, mais aussi lors d'événements spécifiques (rentrée politique, sujets surgissant dans l'actualité, interviews longues sur les différents dossiers en charge du ministre). Ces sujets sont parfois liés à une communication directe du ministre vers les médias, parce qu'un projet est réalisé, mais aussi quand une ligne d'action générale est proposée (par exemple les cinq enjeux liés à la démocratie locale par le ministre des Pouvoirs locaux, Paul Furlan) ou qu'un thème correspond à l'actualité (les principaux dossiers relatifs à l'enseignement supérieur, le jour de la rentrée des hautes écoles par le ministre Jean-Claude Marcourt). Revers de la médaille, cette médiatisation n'est pas toujours due aux services de presse du ministre, mais à des mises en cause par d'autres partis (de l'opposition comme de la majorité) ou des groupes de pression. L'exemple récent du ministre de l'Environnement et de l'Aménagement du territoire, Philippe Henry, est très significatif à cet égard.

Quel partenariat possible ?

En conclusion, il ne s'agit pas de distribuer les bons ou les mauvais points ou de faire des procès d'intention à l'une ou l'autre des parties. Il serait trop simple de rendre les médias responsables d'un manque d'implication des citoyens dans les débats portés par le Parlement wallon et des thématiques concernées. Les médias n'ont pas pour fonction de contribuer à la construction d'identités régionales (ou communautaires, ou nationales, ou européennes), et n'ont pas d'injonction à recevoir sur la plus ou moins grande attention qu'ils accordent aux instances législatives et exécutives. La liberté de la presse et la liberté d'appréciation des sujets traités dans un média, de l'angle choisi, de l'ampleur qui y est consacrée, du commentaire apporté sont constitutifs d'une société démocratique. Ce qui n'empêche qu'on peut s'interroger sur les transformations de la couverture médiatique du personnel politique, telles qu'on les a évoquées précédemment, et sur les conséquences que cela entraîne sur le rapport des citoyens au politique.

Mais les parlementaires doivent également s'interroger sur les raisons de leur difficulté à accéder à une présence médiatique qui semble leur être refusée ou accordée avec parcimonie. Des réflexions existent sur les localisations des Parlements, le rythme des séances et leur ordre du jour, la publicité des débats, la participation des citoyens à ceux-ci.

Il n'y a pas de solution optimale, et la création de chaînes parlementaires, à l'instar de ce qui existe par exemple en France, ne semble pas la meilleure réponse. Si leur audience est identique à ce qu'elle est outre-Québécois, ce serait dépenser beaucoup d'argent public pour des retombées quasiment nulles. Les budgets des deux chaînes françaises du Parlement et du Sénat dépassent chacun les sept millions d'euros, et l'audience se compterait en centaines ou en milliers de téléspectateurs (d'après des sources non vérifiables, car les deux chaînes ont prudemment refusé de souscrire un abonnement à la société de mesure des audiences). Ramené à l'échelle de la Communauté française, semblable chaîne ne rassemblerait donc jamais plus que

quelques centaines de spectateurs. L'investissement ne contribuerait en rien à rapprocher le citoyen du Parlement.

Par ailleurs, il est inimaginable de légiférer sur la responsabilité médiatique des hommes politiques ou sur la responsabilité éditoriale des médias. En l'état, dans un système démocratique, il semble donc que la seule solution réside dans une négociation permanente entre les trois partenaires du triangle : les élus politiques, les rédactions des médias, les citoyens (à choisir selon une représentativité à définir). Dans un premier temps, il serait nécessaire de rappeler à chacun ce que sont les logiques du discours médiatique et ses évolutions, pour faire comprendre qu'il est impossible de réfléchir à des contenus de communication politique sans, simultanément, les penser dans des modes et des supports de transmission. Ce fut l'erreur d'un Pierre Bourdieu critiquant sévèrement la télévision parce qu'elle ne lui permettait pas de dispenser sa pensée complexe dans le temps long. Chaque média a son inertie propre, qui impose une écriture spécifique. L'homme politique peut rêver d'une tribune qui lui serait accordée généreusement, et du haut de laquelle il développerait son programme dans ses moindres détails. S'il en avait l'occasion, ce serait totalement contre-productif, parce que l'inadaptation de son discours au support dans lequel il s'inscrit le rendrait, au sens propre, inaudible.

Il reviendrait aussi à cet espace de réflexion de voir comment sortir d'un des problèmes soulevés par de nombreux mandataires politiques. Si certains d'entre eux sont régulièrement médiatisés, la grande majorité n'a guère l'occasion d'intervenir dans le circuit médiatique, sinon au niveau local. Et la logique de personnalisation qui se développe renforce ce clivage entre "vedettes" politiques (qui sont présentes dans les émissions politiques, mais qui, grâce à cela, accèdent à un statut de personne publique et sont dès lors aussi invitées dans d'autres types d'émissions) et parlementaires "de base" ou élus locaux. Un moyen de rapprocher le citoyen du politique se trouve peut-être dans cette reconnaissance de l'ensemble de la palette des acteurs politiques. Les médias ont, là, une réflexion à mener.

Dans le même ordre d'idées, les différents niveaux de pouvoir ne sont pas également couverts par les médias. Les ministres fédéraux, les exécutifs régionaux et communautaires sont les plus présents, avec les présidents de partis. Cela peut se comprendre si l'on considère que ce sont les lieux principaux de décision, mais ce choix laisse dans l'ombre d'autres instances, entre autres en ce qui concerne l'activité parlementaire. Une réflexion pourrait aussi être menée dans cette direction, afin de voir dans quelle mesure les technologies numériques permettraient de diffuser des séquences politiques dans des niches très restreintes, sans aller jusqu'à créer des chaînes parlementaires. Ce choix peut cependant être perçu comme une forme de ghettoïsation de l'activité parlementaire, et ne doit pas éliminer d'emblée la piste d'une présence de l'activité législative communautaire et régionale dans la programmation des chaînes généralistes.

En Communauté française, l'analyse du désintérêt du public pour les émissions politiques a conduit les responsables de chaînes de télévision à deux choix stratégiques : la transformation des émissions restantes en des débats de société où sont invités des politiques, la suppression des émissions politiques classiques. La réponse semble être : le public n'aime plus la politique, supprimons-la donc des chaînes. On pourrait encourager un choix différent, estimant que la télévision, tant publique que privée, est un acteur essentiel dans la construction d'un espace public démocratiquement partagé par l'ensemble des citoyens. À ce titre, la politique devrait être partie intégrante de l'offre médiatique, et la seule question qui devrait être posée n'est pas « Faut-il parler de la politique à la télévision ? », mais « Comment parler de la politique à la télévision ».

pour que chaque citoyen s'y intéresse ? ». La réintroduction réussie, par la RTBF, d'une émission politique en prime time, « Répondez @ la question », prouve que les spectateurs ne sont pas aussi indifférents à la chose politique, et que cet argument-là n'est pas vérifié. Dès lors, il faut sans doute imaginer ce que pourrait être une émission qui parle de politique au plus large public, sans être un spectacle de divertissement, mais en étant assez attractive pour garantir une attention minimale et régulière.

L'image de l'homme politique est aujourd'hui brouillée, souvent perçue de manière négative, et en tout cas plurielle. Les dossiers politiques sont jugés complexes, surtout dans l'architecture institutionnelle belge. Parler de politique au journal télévisé reste indispensable, mais cela ne peut apparaître comme la seule réponse. Il s'agit donc de repenser l'ensemble du dispositif des émissions politiques à la télévision et de la place de la politique communautaire dans les quotidiens et hebdomadaires. Quels contenus doivent être abordés, et avec quel type d'intervenants ? Quelle mise en forme n'isolera pas ces sujets du continuum de programmation (écrite ou audiovisuelle), sous le prétexte que la politique ne peut se traiter comme un autre sujet ? Quel genre journalistique et médiatique, ou quel mélange de genres sera retenu, également sans tabou, sans jugement de valeur préalable ?

Le sujet est complexe, mais il est à l'image d'un système démocratique en profonde transformation. Et c'est à la manière dont tous les acteurs déjà cités y apporteront une réponse reçue par l'ensemble des citoyens (qui sera pour partie mesurable par l'impact de ces sujets médiatisés dans le débat public) qu'on pourra juger de l'intégration des médias dans ce système et de leur rôle d'acteur politique, au sens fort du terme.