

journalistes



La salle de presse du Conseil européen à Bruxelles. Photo : Olivier Hoslet / EPA

Le dossier

Europe, la mal aimée de l'information

La présidence belge de l'Union pourrait être l'occasion de rapprocher du public le monstre à 27 pattes. On peut rêver...

Les isolements seront à peine démontés et les joyeusetés postélectorales belges à peine entamées qu'il faudra hisser le pavillon européen. Pas sûr, pourtant, que la présidence belge de l'Union, qui s'ouvrira le 1^{er} juillet pour six mois ⁽¹⁾, fera un triomphe médiatique comparable à celui qui accueillit l'intronisation d'Herman Van Rompuy à la présidence du Conseil européen. Mais l'occasion est bonne pour s'interroger sur cette maladie apparemment chronique : l'Europe ne « passe » pas, peu ou mal, dans la presse. Un comble pour notre pays génétiquement europhile.

L'Union, pourtant, ne manque vraiment pas de moyens pour sa communication ! Mais de la com' à l'info, il y a un monde... que seule la poignée des journalistes experts ès Europe semblent habiter. Avec ce risque,

commun à tous les spécialistes : à force de fréquenter le « Berlaymont » et le « Juste Lipse », ces experts ne deviennent-ils pas les défenseurs attirés de l'UE, comme le débat autour de la Constitution avortée a pu le suggérer ?

Historien français, spécialiste des relations internationales, Gérald Arboit constate aussi l'inexistence d'un espace public européen dont les médias pourraient être le lieu d'expression privilégié. Dans l'ouvrage collectif « Les Journalistes et l'Europe » (Bruylant, Orbicom), il analyse quelques raisons de cet échec : le peu d'intérêt des citoyens pour la chose politique, la complexité institutionnelle de l'Union, la récupération « nationale » des analyses, l'absence d'identité européenne... Sentiments partagés ? Trois observateurs privilégiés de l'information européenne livrent leur regard dans *Journalistes*.

Dossier en pages 4 et 5

J.-F. Dt

[1] Dès le 1^{er} juin, le site web de la présidence, <http://eutrio.be>, sera ouvert à l'intention des professionnels comme du grand public. Il proposera des infos de base et l'actu (textes et images).

Sommaire

FEJ

Droits syndicaux et liberté de presse au centre des messages à l'AG d'Istanbul 2

Social

Les pigistes payés à 100% en droits d'auteur risquent gros 3

Débat

Presse et terrorisme : quel rôle, quelles libertés ? 6

Investigation

Les médias ne sont plus seuls à financer leurs enquêtes 8

Burn-out

« Je me sens comme une machine qu'on utilise... »

Une seconde étude sur le burn-out parmi les journalistes flamands dégage six facteurs de risques. Et suggère des moyens de l'atténuer.

Une enquête menée l'an passé dans les rédactions flamandes révélait que le syndrome d'épuisement professionnel concernait 1 collègue sur 10, et que 21% couraient un risque élevé de se retrouver dans cet état : des chiffres inquiétants, puisque seulement 4% de la population active seraient concernés par ce mal.

Cette étude quantitative se complète aujourd'hui d'un volet qualitatif, piloté par l'école supérieure Artevelde, alimentée par vingt interviews de journalistes ayant vécu un burn-out. Le profil des répondants est varié en termes de sexe, d'âge, de fonction, de statut et de médias, précisent les auteurs de l'étude, Marleen Teugels, journaliste et chef de projet, et Conny Vercaigne, sociologue et criminologue.

« L'analyse des résultats montre que l'épuisement professionnel est en lien avec les traits de la personnalité et les conditions de travail spécifiques », ajoutent-elles.

Quels sont les facteurs qui favorisent l'épuisement professionnel et, surtout, comment le prévenir ? Les deux auteures se sont concentrées sur six paramètres : **la charge de travail** (de plus en plus élevée en raison de la multiplication des supports, avec des équipes de plus en plus réduites et des indépendants fragilisés) et **l'absence de contrôle de son travail** (le caractère imprévisible de l'information, le développement de la commercialisation, l'insécurité du travail).

Suite page 2

L. D.

L'improbable « journalisme européen »

Pas davantage qu'une « opinion publique européenne » on ne trouve de véritables médias transfrontaliers. Seuls certains éditeurs ont acquis une dimension multinationale. Dans les rédactions, les spécialistes de l'Europe n'ont pas la tâche facile. Mais ils y croient !

Cherchez l'erreur. Bruxelles compte 970 journalistes accrédités auprès des institutions européennes (après avoir frôlé les 1.300 il y a deux ans), faisant de la capitale belge et européenne la deuxième place journalistique mondiale après Washington. Mais le Parlement européen examine en ce moment même un rapport sur « le journalisme et les nouveaux médias dans la sphère publique européenne », inquiet du manque de reportages pertinents sur les politiques européennes dans la plupart des médias...

Dans une Union déjà dépourvue d'opinion publique européenne, il n'y aurait donc pas non plus de « journalisme européen » ? Il est vrai qu'il n'y a pas véritablement de média européen. En presse écrite, l'expérience mitigée de *The European*, lancé en 1990 par Robert Maxwell, a fait long feu après la mort inexplicable de son sulfureux fondateur. Aujourd'hui, c'est en réalité le *Financial Times* (FT – prononcez « *efti* » – pour les initiés) qui est considéré comme l'organe de référence de la *lingua franca* des politiciens nationaux, bien plus que le classique *Herald Tribune*. Cet état de fait n'est pas neutre, puisque tout langage – en l'occurrence l'anglais – véhicule sa pensée et tout média, une certaine idéologie.

Côté audiovisuel, les quelques médias ciblés, tels qu'Euronews ou les diverses déclinaisons linguistiques de la BBC, TV 5, France 24 et autres Deutsche Welle, ne suffisent pas à considérer qu'il y a là un journalisme européen.

Dangereux cloisonnement

Il existe en revanche des multinationales de médias qui opèrent dans presque tous les pays de l'Union, comme Bertelsmann-RTL, la News Corp. de Rupert Murdoch ou la française Lagardère Active. Mais ces multinationales se sont bien gardées de créer un seul média transfrontalier. Et même si, ces dernières années, des rédactions nationales ont été fusionnées au nom de la crise, tous les groupes ont continué à décliner leurs supports en fonction de la géographie, de la politique et surtout de la langue.

Il est vrai que leur public est structuré en autant d'opinions que de pays, parfois même de régions ou encore de langues. Ce cloisonnement peut d'ailleurs nuire au droit à l'information dans certains cas précis : les Italiens ont dû attendre que la presse étrangère s'empare du sujet pour connaître l'ampleur des frasques sexuelles de leur président du Conseil. Mais à

l'heure d'internet et des tweets transfrontaliers, tout vient à point à qui sait attendre un peu.

On observera aussi que l'opinion n'est pas forcément structurée de manière géographique mais, parfois, en strates socioculturelles par delà les frontières. A l'une, la télé-réalité façon Endemol, à l'autre la lecture du *Financial Times*.

Mais revenons aux médias nationaux. Quand ils ne pêchent pas par leur obnubilation à regarder l'Europe à travers les questions de politique interne, ils ne lient l'Europe qu'à des crises ou à des événements porteurs de symboles : la vache folle, les OGM, l'euro, la crise grecque. C'est nécessaire, mais pas suffisant. Il manque au public les enquêtes de longue haleine, le journalisme d'investigation sur des thèmes qui pourraient pourtant être hautement intéressants. Le jour de l'adoption par le Parlement européen de l'arsenal réglementaire Reach portant sur les substances chimiques, la télévision française a consacré 30 secondes à ce sujet, avec une interview d'un obscur scientifique parisien. Imagine-t-on pareil reportage à l'échelle nationale sur un texte discuté pendant des années et qui concerne chaque aspect de la vie des citoyens ?

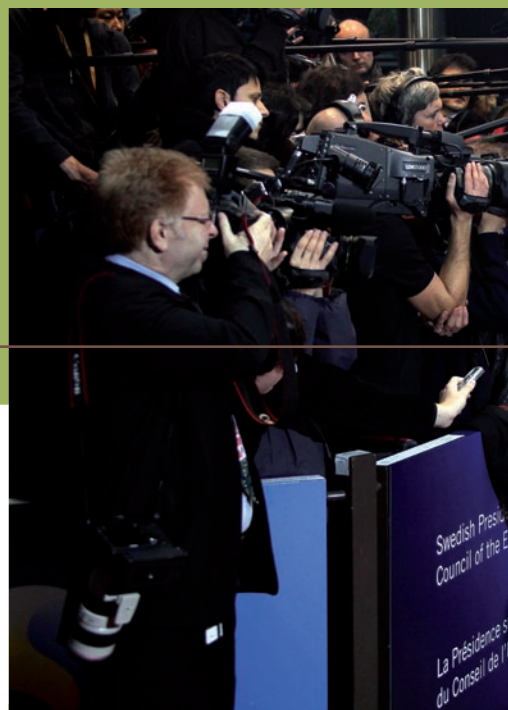
Deux cultures

Enfin, de même que les Etats doivent regarder vers l'Europe, l'Europe doit regarder vers le monde. Mais là encore, nouveau paradoxe. « *La mondialisation, déclare Frédéric Martel dans Le Soir à propos de son livre « Mainstream - Enquête sur cette culture qui plaît à tout le monde », a entraîné un double phénomène simultané : la survie, le renforcement et parfois même l'accroissement des cultures nationales d'un côté, et l'installation de la culture américaine comme deuxième culture partout dans le monde. »*

Il est vrai qu'internet et le développement des chaînes satellitaires ont largement contribué à « délocaliser » certains médias en dehors de l'Europe. On pense à CNN et MTV mais aussi à Aljazeera ou Al Manar. A l'avenir, l'Inde et la Chine comptent bien envahir aussi nos petits écrans, tactiles ou non, avec leur productions. L'improbable « journalisme européen » n'a qu'à bien se tenir...

Marc Gruber
Co-directeur,

Fédération européenne des journalistes
Site : <http://europe.ifj.org/fr>



José Manuel Barroso face

« Pourquoi j'ai

Quand je dis que je couvre l'actualité européenne – pour *Le Soir* –, on me regarde souvent avec désolation, comme si j'avais été injustement puni, ou à tout le moins contraint à la fréquentation des sujets les plus ennuyeux qui soient ! La compassion est rarement désagréable. Merci infiniment pour toutes ces mines chagrinées. Mais, en l'occurrence, j'aime beaucoup ce que je fais : c'est à la fois passionnant et agréable.

L'Europe est une aventure ponctuée d'embardees, et son cheminement peut être frustrant, mais c'est une aventure indispensable. L'enjeu, c'est la survie de nos « petites » cultures, qui en constituent une grande où s'épanouissent nos valeurs et nos normes, la liberté, la démocratie, l'efficacité, la solidarité. Je trouve ce défi enthousiasmant – et vital. Il suffit de regarder vers l'Asie pour déceler qu'il y a même urgence...

C'est la toile de fond. Je ne pense pas tous les jours aux Chinois qui ont racheté Volvo. Parce que je dois déjà penser à beaucoup de choses en même temps. L'actualité européenne, c'est une multitude de thèmes. On passe vite de la monnaie à l'aviation, de l'humanitaire au climat, de l'énergie à la défense, etc. Les sujets peuvent être très techniques. Chaque fois, il faut traquer l'enjeu réel, l'impact concret et... la « petite phrase » qui tue. Rapporter, expliquer, donner des éléments de réflexion, alimenter le débat sur le « patron », comme on dit en couture : c'est tous les jours la même chose et tous les jours différent.

Institutionnel ? Oui, bien sûr, comme tout processus décisionnel dans une société démocratique. La machine européenne est compliquée, avec des tuyauteries inédites et vingt-sept freins nationaux,

européen »



aux médias à Bruxelles. Photo : Ian Langsdon / EPA

me ça »

mais la Belgique n'est-elle pas aussi complexe et expérimentale ? Le désintérêt pour la chose publique est, du reste, comme le nuage de cendres : il ignore les frontières. Qui peut citer le nom d'un commissaire européen autre que Barroso ou De Gucht ? Qui peut citer le nom d'un chef de groupe à la Chambre ou au Sénat ?

Il y a également les femmes et les hommes. Agendas cachés, intérêts nationaux à court terme, plans de carrière personnels, ambitions électorales, etc. : tous ces objectifs souvent contradictoires, et de nombreux autres, sont servis par des gens pour la plupart charmants, venus des quatre coins du continent faire leur vie ici et manger des frites avec nous place Jourdan. Cette diversité m'enchant. C'était un privilège de parler à cet eurodéputé conservateur slovène, ancien Premier ministre, qui m'a raconté son cancer et comment il avait joué l'hymne européen sur son harmonica pour fêter le cinquième anniversaire de l'adhésion de son pays à l'Union...

Tout ce petit monde a ses lieux et ses rituels. Les journalistes qui couvrent l'Europe ont les leurs. A Bruxelles, j'aime aller « chez Nardi », rue Archimède, derrière le Berlaymont, manger sous la plaque qui rappelle les agapes locales de Marcel Scotto, un ancien correspondant du *Monde*. J'ai invité Herman Van Rompuy à y déjeuner un midi. Il ne m'a pas encore répondu. A Strasbourg, j'aime finir la soirée à la Perestroïka, un petit bar près de la gare, où la vodka coule à flots. On ne fera pas l'Europe sans la Russie. Là, je suis sérieuse.

Maroun Labaki
Le Soir

« Ça n'intéresse pas le public... » **Vraiment ?**

Dans les années 60, Pierre Desgraupes, le journaliste mythique qui dirige l'ORTF de l'époque, reçoit un haut fonctionnaire européen et lui lâche : « Vos affaires européennes, cela emm... tout le monde ! » La réplique de celui qui dirige le Service d'information de la Commission européenne depuis Monnet, Jacques-René Rabier, fuse : « Il n'y a pas de mauvais sujets, il y a parfois de mauvais journalistes »... Cette anecdote, véridique, n'est pas le reflet d'une époque surannée : les Desgraupes continuent de pulluler dans beaucoup de rédactions, et les « européens » de service restent, en leur sein, des marginaux. En Belgique comme partout en Europe, il se trouve quelques titres de la presse écrite de qualité qui ont depuis ouvert leurs colonnes à une info européenne crédible et systématique, mais ces médias restent des îlots dans un océan d'indigence.

Crise, sommet ou élections...

Le cas de la télévision est, à cet égard, emblématique. Quand l'Union européenne a-t-elle l'honneur du JT, en Belgique comme ailleurs en Europe ? Pour l'essentiel, en trois occasions. D'abord en cas de crise ou de scandale. Quand les Etats membres se divisent et se déchirent à propos de l'aide financière à apporter à la Grèce ou sur l'opportunité de partir en guerre en Irak. Quand il y a « crise de la vache folle » ou de la dioxine, rejet de la Constitution... Le téléspectateur, le citoyen européen n'entend donc parler de l'Europe qu'en mal, lorsque cela va mal. Difficile pour lui, dans ces conditions, de s'enthousiasmer pour la construction européenne. Ensuite, quand il y a sommet, c'est-à-dire quand le Premier ministre ou le président de la République se rend au Conseil européen pour y défendre, bien entendu, les intérêts de son pays. L'Europe n'est alors, au mieux, qu'un prétexte, l'information étant surtout abordée par le petit bout national de la lorgnette. Enfin, tous les cinq ans, à l'approche et au soir des élections européennes, au terme de campagnes électorales que les partis politiques développent autour d'arguments exclusivement d'intérêt national, ce qui amène l'Europe à se retrouver une fois encore, pour l'essentiel, aux abonnés absents.

Avec quelques exceptions notables, les médias généralistes continuent donc à manifester à la fois de l'attrance et de la répulsion à l'égard de l'info européenne. Le ou les journalistes « européens » de la rédaction sont les premières victimes de cette relation d'amour-haine, eux qui sont encore contraints de composer avec les sempiternels « *L'Europe, tout le monde s'en fout !* », « *L'Europe, personne n'y comprend rien* », « *L'Europe n'intéresse pas le lecteur ou le téléspectateur* »... Le stress de la page blanche n'est rien, pour eux, par rapport à celui de voir son sujet recalé par la hiérarchie !

Indigeste par nature ?

A l'évidence, la matière européenne est intrinsèquement indigeste pour des médias généralistes. Mais l'est-elle plus que la « tuyauterie » institutionnelle belge ? Pas sûr. De toute manière, il n'existe pas de mauvais sujets car, ainsi que l'a écrit le publiciste américain Marc Twain, le travail du journaliste consiste à « *inciter les gens* », par son talent et sa pertinence, « *à lire quelque chose qui ne les intéresse pas* » de prime abord. Aujourd'hui, la dictature du taux d'audience, entre autres, ne le lui permet plus.

Si la presse généraliste (mal)traite l'Europe et bien des petits soldats chargés de la couvrir, c'est parce que la plupart des journalistes – et, pire, leurs chefs – ne connaissent pas l'univers européen. Parce qu'ils ne connaissent pas l'Europe, ils répugnent à en parler en arguant que les citoyens sont dans la même situation qu'eux et que, partant, l'Europe ne les intéresse pas.

En somme, l'information européenne pâtit du manque de formation à la chose européenne des journalistes actifs d'hier et d'aujourd'hui. Les universités et hautes écoles qui forment les futurs journalistes se sont désormais ouvertes à cette dimension. Avec la relève qui s'annonce, le temps viendra sans doute où l'Europe sortira de sa marginalité dans les médias. Et, du coup, dans le cœur et l'esprit des citoyens-lecteurs, auditeurs et, surtout, téléspectateurs.

Michel Theys
EuroMédia Services

Voir l'Europe autrement...

Des photographes de presse ont décidé de prendre en main leur destin en créant une nouvelle agence de presse photo entièrement consacrée à l'information européenne. EUEyes, c'est son nom, a été fondée par Bruno Arnold et Etienne Ansotte (accompagnés Olivier Van Naemen) et se donne pour objectif de couvrir l'Europe autrement : davantage de sujets de fond, un autre type d'images, des sujets textes

et photos et la volonté dans un second temps d'évoluer vers de la vidéo également pour alimenter les sites.

L'accueil des confrères photographes fut très positif. EUEyes veut ouvrir des alternatives en image pour les médias belges et étrangers. Il lui reste à faire sa place dans le petit monde des agences de presse.

Site : www.eueyes.be

M. S.