

Radiodiffusion publique : primordiale !

Bob Collins, ancien directeur général de RTE et ancien président du comité télévision de l'UER



■ Radiodiffusion publique :

primo

Bob Collins

Ancien directeur général de RTE et ancien président du comité télévision de l'UER

La radiodiffusion de service public est primordiale pour les démocraties.

Je suis un fervent partisan de la radiodiffusion publique, notamment parce que j'ai consacré à RTE, le radiodiffuseur de service public irlandais, la plus grande partie de ma carrière professionnelle et plus de la moitié de ma vie.

Je suis profondément convaincu que la radiodiffusion publique revêt une importance primordiale dans les démocraties contemporaines et que la mission dévolue à ce titre aux diffuseurs est fondamentale. Mon attachement à la radiodiffusion de service public reflète également mes relations étroites, développées au cours des années, avec l'Union européenne de radio-télévision.

Définir

Pour débattre du rôle de la radiodiffusion de service public, il convient avant tout d'en donner une définition. Parfois cette recherche d'une définition claire est sans arrière-pensée, mais elle est souvent le point de départ d'une campagne pour

réduire l'étendue de l'idée de service public et, en fin de compte, ses finances. La définition que l'on cherche à donner est souvent restrictive et limitée plutôt qu'éclairante.

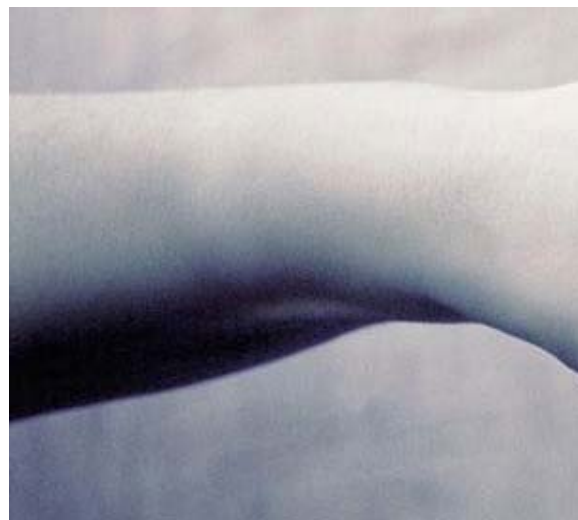
J'ai tendance à trouver rassurantes les paroles de A.E. Houseman, qui, lorsqu'on lui posait la même question concernant la poésie, déclarait être incapable d'en donner une définition, mais qu'à l'instar du fox-terrier reconnaissant un rat il était capable d'identifier l'objet de ses pensées aux émotions qu'il suscitait.

Au lieu de s'interroger sur la définition de la radiodiffusion de service public, peut-être devrait-on se demander quels sont les objectifs politiques en matière de radiodiffusion publique dans une société, à court et moyen terme.

Il ne s'agit en effet plus de définir un concept, mais de savoir comment et dans quelle mesure la politique générale peut intervenir dans le secteur de la radiodiffusion.

Ces derniers temps, une thèse émerge remettant en cause l'existence même d'un certain nombre de services publics ou de domaines d'intervention de l'État et privilégiant le marché. Certains avancent que la radiodiffusion publique n'a plus de raison d'être et que, dans un monde où les valeurs commerciales prévalent, même si le financement public de la radiodiffusion est autorisé, les organismes de radiodiffusion publics devraient voir leur champ d'action limité aux secteurs dans lesquels ce ne sont pas les lois du marché qui dominent.

On entend rarement l'argument selon lequel la vocation sociale et culturelle



radiodiffusion !

de la radiodiffusion lui permet de contribuer au maintien de la démocratie, de la citoyenneté et du développement de l'individu. On peut appuyer ce point de vue par deux principes fondamentaux : le premier est que le téléspectateur/auditeur est une personne à part entière et que dans chaque pays l'objectif premier du service de radiodiffusion est de garantir un accès universel à tous les citoyens.

Servir

La radiodiffusion publique doit veiller à offrir aux téléspectateurs/auditeurs le meilleur service possible et à s'adresser à toutes les franges de la population. Une autre de ses missions

est de proposer un contenu de qualité et diversifié.

En d'autres termes, elle doit être capable d'être à la fois généraliste et ciblée, populaire et élitiste, et faire preuve, notamment dans son traitement de l'actualité, d'indépendance, de rigueur, d'impartialité et de fiabilité. Elle doit tenir compte du plus grand nombre dans le respect constant des minorités. Elle est tenue de justifier son action auprès du public, qui la finance et dont elle doit refléter les traditions. Elle se doit donc d'être universellement accessible, très complète et refléter fidèlement les différentes composantes de la société.

Ce sont ses objectifs fondamentaux.

Second principe : la concurrence. Le service public de radiodiffusion peut se développer au sein d'un monde fortement concurrentiel. La compétition peut même se révéler un élément positif, pour de nombreuses raisons : elle incite en effet les radiodiffuseurs à étendre leur offre et à proposer une grande variété de programmes dans l'intérêt du public. Mais le fait que différents organismes de radiodiffusion coexistent ne suffit pas en soi à garantir la diversité des services proposés.

En matière de politique audiovisuelle, la radiodiffusion n'est pas un simple produit : elle a une utilité et remplit un rôle social. Elle est en mesure



d'influencer la société, même si ce n'est pas toujours le cas. Toute politique audiovisuelle doit tenir compte de ces éléments. Si l'on considère l'importance des principes d'universalité et d'offre de programmes diversifiée de la radiodiffusion publique, le marché seul ne peut tenir les promesses du meilleur service possible pour les téléspectateurs.


Il est évident qu'en matière de radiodiffusion organismes publics et commerciaux doivent fonctionner côte à côte, afin de garantir l'équilibre de l'offre de service, chacun assumant un rôle distinct. Le public a des attentes différentes vis-à-vis d'eux, mais elles ne se limitent pas au contenu proposé par les radiodiffuseurs.

L'attention excessive portée au modèle commercial et industriel, dont les critères de concurrence sont souvent les seuls dont il est tenu compte au niveau européen, a constitué un handicap pour la radiodiffusion, mais également pour le débat dans son ensemble. On a trop souvent négligé la dimension culturelle de la question et la nécessité de mettre en place des mécanismes permettant aux radiodiffuseurs nationaux de concevoir une offre qui réponde aux attentes du public.

Diversité

Le principe essentiel de la diversité culturelle est la nécessité de respecter et de traduire les différentes opinions qui existent au sein d'une même communauté et qui, à certains égards, sont le plus fidèle reflet de ce que nous sommes. Les débats qui tournent autour de la radiodiffusion ou de la culture négligent souvent cet élément et la diversité culturelle, souvent considérée comme un acquis. La diversité culturelle ne figure pas toujours en tête des priorités des parties intéressées : elle se trouve pourtant au cœur même des débats sur le pluralisme des médias. De la même manière que l'existence de plusieurs radiodiffuseurs ne garantit





pas la diversité des services, une multitude de fournisseurs médias n'assure pas en soi un respect complet de la liberté d'expression.

Organismes de radiodiffusion et autorités nationales ont chacun un rôle à jouer dans ce domaine. Les radiodiffuseurs doivent accepter la mission qui leur est dévolue et répondre aux attentes du public dans son ensemble, en respectant leurs obligations d'impartialité et d'objectivité. Ils doivent en outre être disposés à réaffirmer et défendre le droit d'exprimer différents points de vue et résister à toute tentation d'en favoriser tel ou tel. Quant aux autorités, elles doivent reconnaître le rôle central de la liberté d'expression dans les sociétés démocratiques et respecter l'indépendance des médias, qui doivent refléter toutes les opinions.

Le financement public ne doit pas nécessairement se définir comme un contrôle renforcé. Une distance doit être établie entre le monde politique et l'industrie de la radiodiffusion. Le pouvoir politique doit encourager l'indépendance des médias et ne pas céder à la tentation d'y trouver un courtisan servile riant à ses plaisanteries, injuriant ses ennemis, minimisant ses échecs et exagérant ses réussites.

La diversité des intérêts est un autre aspect de la diversité culturelle dans lequel la radiodiffusion a un rôle important à jouer. La vie quotidienne de chaque individu présente diverses facettes, des besoins et des centres d'intérêt variés qui doivent être reflétés dans le contenu mis à disposition. Les radiodiffuseurs publics ont des responsabilités à assumer.

Commercial

Chaînes de télévision et stations de radio commerciales doivent pouvoir prendre librement des décisions qui sont interdites aux radiodiffuseurs publics.

Une radio commerciale peut avancer que les programmes de musique classique ne produisent pas de revenus. Une télévision commerciale peut considérer que peu d'audience potentielle ne justifie pas l'existence de programmes religieux, ou privilégier les 15-45-ans, au motif que c'est à eux que s'adressent les annonceurs, tout en limitant les productions internes, préférant acquérir des programmes existants bon marché. Des décisions impossibles à prendre pour le service public.

Le meilleur

Des considérations totalement différentes guident le radiodiffuseur de service public : au lieu de se demander ce qui peut être entrepris pour augmenter le cours des actions, les radiodiffuseurs doivent déployer tous les efforts nécessaires pour offrir les meilleurs programmes possibles au public, qui paie la redevance.

Les radiodiffuseurs privés sont libres d'opérer des choix commerciaux pour leurs programmes ; on ne saurait attendre d'eux que leurs productions aient la même portée que celles des organismes publics, ce qui a inévitablement des conséquences dans la mise à disposition de la diversité culturelle que nous attendons tous.

Cela souligne l'ampleur de la tâche des radiodiffuseurs publics et rappelle qu'il convient de résister à la tentation de confier un cahier des charges exagérément gonflé aux radiodiffuseurs publics, si l'on entend que ceux-ci répondent aux attentes du public.

Cette question en soulève une autre. Tous les individus, quels que soient leurs moyens financiers, doivent pouvoir voter, avoir accès à l'éducation ou se soigner. De même, un service de radiodiffusion doit être accessible à tous, et non uniquement à ceux qui peuvent se l'offrir. En effet, l'un des principes de la radiodiffusion publique est de répondre aux attentes

du public dans son ensemble et de refléter ses centres d'intérêt.

La principale responsabilité du service public de radiodiffusion est de répondre à ces exigences légitimes du public et les grilles des programmes doivent donc contenir :

- des programmes offrant une couverture complète, fiable et rigoureuse de l'actualité ;
- des émissions d'information et des enquêtes sur des sujets d'actualité ;
- une gamme de documentaires ;
- des programmes de fiction reflétant la réalité sociale dans laquelle vivent les téléspectateurs/auditeurs ;
- des programmes de variétés tenant compte des intérêts du public ;
- des émissions sportives, compte tenu de l'importance du sport au niveau social, et non économique ;
- des programmes pour enfants, répondant aux besoins particuliers de ce domaine ;
- des programmes éducatifs ;
- du matériel reflétant le quotidien en ville et la vie à la campagne, sans en négliger les caractéristiques purement régionales ;
- des émissions reflétant les traditions et les convictions du public ;
- des programmes mettant en valeur les traditions linguistiques.

Mais variété n'est pas synonyme de diversité. Nous avons une multitude d'émissions de cuisine, de programmes sur les régimes, de jeux, de télé-réalité. On ne peut pas, même en étant très généreux, qualifier cela de diversité.

Europe

L'une des grandes forces de l'Europe est la richesse et la diversité de son patrimoine culturel. La mosaïque linguistique du Vieux Continent est un élément fondamental de cet héritage. Cette réalité confère une signification particulière à l'élargissement de l'Union européenne du 1^{er} mai 2004.

Il est encore difficile de savoir l'importance qu'aura cet événement dans l'histoire de l'Europe ou dans la vie de ses habitants. Le réveil de la re-connaissance des uns et des autres et la re-découverte de notre patrimoine commun ouvrent des perspectives enthousiasmantes et autant de défis futurs : les Européens sauront-ils apprendre à se connaître réellement, au-delà des questions économiques ou de leur représentation au sein du Parlement ou de la Commission ? Ces domaines revêtent une importance certaine, mais ne doivent pas faire oublier la nécessité d'établir des liens réels et concrets entre les citoyens européens, ce qui demandera beaucoup de temps, d'espace et d'engagement. Or, la radiodiffusion peut apporter sa pierre à cet édifice.

Pour préserver, entretenir et mettre en valeur la diversité culturelle européenne, nous devons avant tout la reconnaître au sein des différentes communautés, qui, à l'instar des États, sont loin d'être homogènes – si elles l'ont jamais été. Dans la réalité, chacun vit sa vie quotidienne au sein de sa propre communauté, dont les différences et les caractéristiques doivent pouvoir s'exprimer librement. Les spécificités régionales, le pluralisme linguistique et la diversité des traditions en Europe sont l'essence même de son patrimoine. Ils revêtent une grande importance dans la vie des individus. Ces différences et cette diversité ne méritent pas seulement de l'attention : elles doivent être reflétées à tous les niveaux, dans l'intérêt de la cohésion sociale et de la justice.

La radiodiffusion assume un rôle de premier plan pour ce qui est de refléter et de promouvoir la diversité culturelle, à laquelle une grande importance doit être accordée dans les programmes. Cet aspect pose directement une autre question, car les éléments qui plaident en faveur de la mondialisation et de la collaboration internationale sont les mêmes que ceux qui défendent

l'importance des spécificités nationales dans la radiodiffusion. Or, paradoxalement, ce sont ces mêmes éléments d'appréciation qui sont susceptibles de menacer les radiodiffuseurs nationaux.

Cela m'amène à évoquer la question de la politique européenne en matière de radiodiffusion. Le Protocole d'Amsterdam sur le système de radiodiffusion publique a marqué un tournant décisif, dans la mesure où il reconnaît qu'il est directement lié aux besoins démocratiques, sociaux et culturels de chaque société ainsi qu'à la nécessité de préserver le pluralisme dans les médias, ce qui ouvre des perspectives considérables.

Préserver

Si nous sommes conscients de la nécessité de préserver et de promouvoir la diversité culturelle et si nous mesurons toute l'importance du rôle que la radiodiffusion doit jouer, nous devons examiner les points de vue politiques qu'il convient d'adopter à l'échelle européenne. Nous comprendrons ainsi que répondre aux attentes du marché audiovisuel ne va pas forcément à l'encontre de l'objectif de diversité culturelle.

En ce qui concerne la politique audiovisuelle, nous devons tenir compte aussi bien des besoins culturels que des attentes du marché et nous devons veiller à maintenir un équilibre constant. Ce faisant, les États européens auront la possibilité, dans le cadre de la préparation de la seconde partie du Sommet mondial sur la société de l'information, qui aura lieu l'année prochaine, de rappeler avec force les réalités socioculturelles qui prévalent en Europe.

Transversal

L'un des grands dossiers que j'ai eus à traiter lorsque j'étais directeur général de RTE concernait le développement

des chaînes transnationales. Un service transnational est adapté à un pays spécifique. Il n'est donc soumis à aucune règle dans le pays récepteur, de par son caractère transnational, mais devient de fait une chaîne nationale, à l'instar de celles, publiques et privées, qui relèvent, elles, de la législation nationale. Organismes publics et chaînes privées font donc cause commune, en l'espèce, puisqu'ils subissent indifféremment les désavantages de cette situation. La réglementation doit-elle être modifiée ? Dans les cas où le service de radiodiffusion d'un État répond aux besoins du public ou du marché d'un autre pays, la réglementation du pays d'origine ne devrait-elle pas s'appliquer également dans le pays récepteur ? La politique de suppression des frontières limiterait-elle le choix, au lieu de le développer ? Cette situation ne risque-t-elle pas, à terme, de fragiliser les chaînes nationales, qu'elles soient publiques ou privées, en particulier dans les petits pays, tout en limitant leur capacité à remplir leur mission ? Les lois de la concurrence peuvent-elles, en un sens, contrarier la compétition ? Il ne me semble pas souhaitable, pour la politique audiovisuelle de l'Union européenne, de favoriser le développement de radiodiffuseurs transnationaux, même si ceux-ci enregistrent des résultats satisfaisants.

Lorsque je m'interroge sur l'avenir de la radiodiffusion publique et sur sa capacité à entreprendre, je constate malheureusement que les obstacles sont nombreux. Je me sens déchiré entre des convictions opposées : d'un côté celles de Saint-Hilaire-de-Poitiers, selon qui c'est dans l'adversité que l'on trouve de la force, et celles de Franz Kafka, pour qui il existait un immense espoir, «mais pas pour nous».

Il y a fort à faire. Gouvernements et radiodiffuseurs doivent travailler en étroite collaboration et reconnaître le rôle central que joue la radiodiffusion

dans la vie quotidienne de chacun. Il convient en effet d'accepter l'importance de cette mission, de mesurer l'influence de la radiodiffusion et de comprendre que les radiodiffuseurs doivent être indépendants et fiables et bénéficier d'un financement adapté, afin de pouvoir faire une utilisation transparente de leurs ressources et réserver une place de choix aux programmes qui mettent en valeur le caractère distinctif de chaque identité nationale. Il ne s'agit donc pas de prendre en considération uniquement des critères quantitatifs. Albert Einstein disait à cet égard que «tout ce qui peut être compté ne compte pas nécessairement». Cela a de nombreuses conséquences sur la manière dont les radiodiffuseurs élaborent leur politique de programmation, dans un environnement de plus en plus compétitif. Il est primordial que la législation permette aux radiodiffuseurs de respecter leur engagement (par exemple au travers des activités de l'UER) à refléter plus efficacement le patrimoine européen dont nous sommes tous les héritiers.

Extrait d'une allocution prononcée lors d'une réunion informelle des ministres à Dublin, le 2 mars 2004