



**Le rôle clé de la radiodiffusion de service public dans la société européenne du 21<sup>e</sup> siècle**

*Arne Wessberg, président, UER; directeur général, YLE*



# Rôle clé

Arne Wessberg  
*Président, UER; Directeur Général, YLE*

## Le rôle clé de la radiodiffusion de service public dans la société européenne du 21<sup>e</sup> siècle

Quelle est la responsabilité de la radiodiffusion de service public ? Pour utiliser une formule lapidaire, elle a la responsabilité d'assumer son rôle de façon responsable. Nous, radiodiffuseurs publics, avons depuis toujours appréhendé la radiodiffusion comme un service au public. Cette conception se situe au cœur même de nos obligations juridiques et constitue la pierre angulaire de notre activité.

Nous avons tous de multiples identités. Nous sommes tous des consommateurs, des travailleurs, des responsables, des parents. Nous possédons des identités nationales et régionales. Notre identité est également liée à la génération à laquelle nous appartenons, qu'il s'agisse de celle du «baby-boom» ou de la «génération X». Nous possédons par ailleurs une identité religieuse, qu'elle soit chrétienne, juive ou musulmane, etc. Nous pouvons

appartenir à une communauté ethnique. Chacun d'entre nous se caractérise également par son histoire familiale et personnelle, ainsi que par son identité historique. La frontière entre ces différentes identités est parfois floue et celles-ci peuvent même être en contradiction les unes avec les autres.

### Services

La radiodiffusion publique assume la responsabilité de fournir des services à un public constitué d'individus extrêmement différents, mais aussi extraordinairement semblables. À l'heure actuelle, parmi toutes les identités qui entrent en ligne de compte pour définir un individu, la plus importante est sans doute son identité civique, à tout le moins du point de vue du processus démocratique et politique. Se sentir citoyen à part entière, voilà une condition

préalable indispensable pour qui souhaite vivre en paix et en harmonie au sein de la société. Or, le sens civique de chacun ne peut véritablement se développer que grâce à la qualité et à la variété des informations dont on doit disposer pour se forger une opinion.

La radiodiffusion publique doit donc jouer son rôle de façon responsable pour tout ce qui touche aux programmes d'actualités, qui sont l'un des services essentiels qu'elle fournit au public. C'est sa «responsabilité sociale».

La radiodiffusion publique doit en outre assumer la délicate mission de fournir des services qui reflètent la diversité sociale tout en encourageant la cohésion entre les différentes composantes de la société. Pour elle, les minorités doivent être traitées sur un pied d'égalité avec la majorité. Or, ces minorités sont elles-mêmes extrêmement diverses : elles peuvent être linguistiques, religieuses ou sexuelles, ou encore définies selon des critères d'âge ou de genre. Elles peuvent également être liées à des intérêts personnels, des professions ou des entités géographiques. La radiodiffusion publique doit donc concevoir des programmes qui reflètent toutes les facettes de

l'identité culturelle, de la vie culturelle et des traditions culturelles. Elle doit permettre d'ouvrir le débat public et servir de plate-forme d'expression pour les sensibilités artistiques et la tolérance sociale.

Enfin, la radiodiffusion de service public est un moyen idéal de mettre en avant nos points communs tout en soulignant nos différences. C'est, là encore, sa «responsabilité sociale».

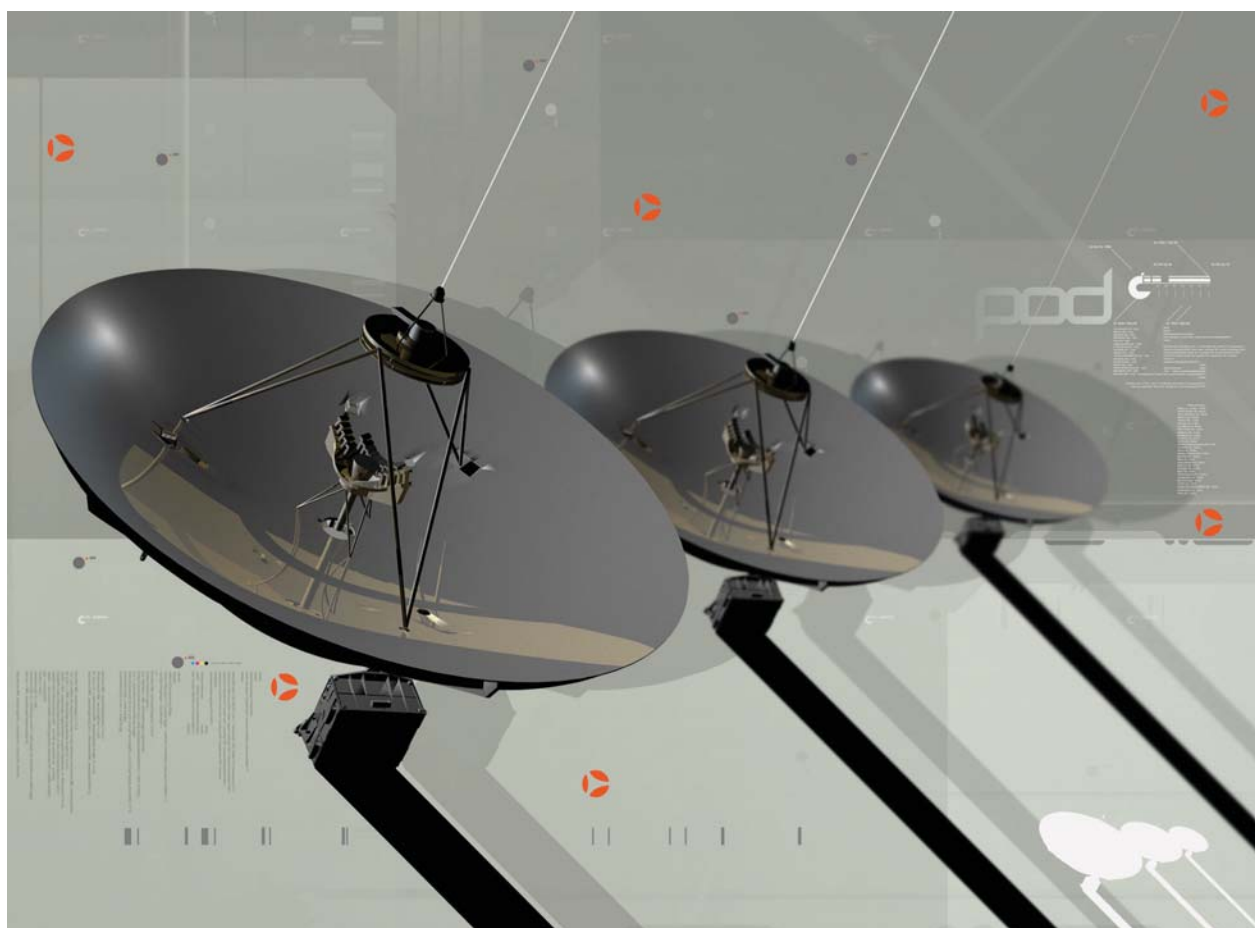
## Responsabilités

La radiodiffusion publique a la responsabilité de fournir des services à un public qui ne constitue pas qu'un simple marché. Les médias commerciaux poursuivent un objectif matériel et leur action est axée sur le marché. Les règles commerciales ne jouent pas seulement un rôle décisif dans la politique des médias privés: elles sont à la base même de leur mode de fonctionnement. De surcroît,

l'expérience a largement montré que les contingences économiques exercent une influence déterminante sur la conception du contenu et la définition des audiences cibles. Dès lors, il n'est pas surprenant que les valeurs des radiodiffuseurs commerciaux diffèrent grandement de celles des organismes publics, qui sont obligés de remplir leurs obligations de façon responsable et de répondre à un certain nombre d'exigences socio-culturelles. De par la mission qui lui est dévolue, la radiodiffusion publique doit se concentrer sur les aspects essentiels de la vie sociale et de la sphère privée, aspects qui ne reposent pas entièrement sur le marché ou ne sont pas fondamentalement axés sur celui-ci. C'est pourquoi nous nous adressons également à des communautés pas forcément intéressantes du point de vue commercial et que nous produisons des programmes pas toujours populaires ou rentables.

C'est la raison pour laquelle nous sommes favorables au service universel et développons des services dans le domaine des «nouveaux médias», en complément de ceux proposés dans le cadre de la télévision à accès libre. C'est une autre de nos «responsabilités sociales».

La radiodiffusion publique assume également la responsabilité d'utiliser à bon escient, et de façon efficace et transparente, le budget dont elle dispose. Bien que les organismes de radiodiffusion publics ne soient pas axés sur le marché, ce sont des acteurs essentiels de l'environnement médiatique, qui, lui accorde une place prépondérante au marché. Nous sommes des entités à but non lucratif et ce sont des fonds publics qui soutiennent notre activité. Nous devons donc les utiliser de manière avisée et pouvoir justifier nos dépenses auprès de ceux qui nous emploient, autrement dit le public, qui



paie une redevance pour pouvoir bénéficier de nos services. Même si les temps sont durs et que l'argent se fait rare, les radiodiffuseurs publics font preuve, depuis une dizaine d'années, d'une efficacité toujours plus grande. Leur productivité, notamment, est en constante amélioration, si bien qu'à l'heure actuelle les organismes membres de l'UER fournissent des contenus de plus en plus variés, alors que le nombre de leurs employés diminue. C'est encore une de nos «responsabilités sociales».

## Conditions

Pour assumer ces responsabilités, les radiodiffuseurs publics doivent disposer d'un mandat clair et de lignes directrices précises. Leur mission doit cependant être appuyée ; seuls, ils ne peuvent rien. Les membres de l'UER doivent pouvoir opérer dans des conditions adéquates pour remplir leur mission de manière responsable et pertinente.

Ces conditions sont réunies et définies dans le Protocole d'Amsterdam sur le système de radiodiffusion publique, adopté le 2 octobre 1997 et qui fait désormais partie intégrante du Traité CE. Le premier paragraphe de ce protocole dispose en effet que *«la radiodiffusion de service public dans les Etats membres est directement liée aux besoins démocratiques, sociaux et culturels de chaque société, ainsi qu'à la nécessité de préserver le pluralisme dans les médias»*.

Le Protocole d'Amsterdam laisse aux États membres toute latitude pour organiser la radiodiffusion publique, définir sa mission et assurer son financement, ce qui explique qu'une grande variété de systèmes nationaux de radiodiffusion existe en Europe. Il est en effet essentiel, aux yeux des Européens, de préserver une sorte d'«écologie» de la radiodiffusion, qui reflète le pluralisme, respecte la diversité culturelle et facilite la cohésion sociale et territoriale.

Les États membres de l'Union européenne ont choisi des systèmes de radiodiffusion «mixtes», dans le cadre desquels coexistent des organismes de service public et des radiodiffuseurs commerciaux. Il est généralement reconnu que ces systèmes doivent être renforcés, afin de préserver l'équilibre entre la radiodiffusion publique et les diffuseurs commerciaux. Cela implique notamment que les radiodiffuseurs publics soient équitablement rémunérés pour la mission de service public qu'ils assument. En Europe, le financement des radiodiffuseurs publics est transparent, et ceux-ci sont obligés de justifier leur gestion. Les organismes publics reçoivent des fonds publics, dont l'essentiel provient de la redevance, ce qui contribue à garantir l'équilibre des coûts pour l'acquittement de la mission de service public. Il revient à chaque État membre de déterminer dans quelle mesure, le cas échéant, les recettes publicitaires peuvent constituer une autre source de financement du service public de radiodiffusion.

La conférence d'Amsterdam qui s'est tenue les 2 et 3 septembre 2004 a été l'occasion unique et appréciable pour nous, radiodiffuseurs publics, ainsi que pour l'UER, de souligner le rôle et l'engagement de la radiodiffusion de service public dans l'émergence de sociétés axées sur l'information et le savoir. Nous sommes déterminés à déployer tous les efforts nécessaires pour aller de l'avant, notamment en développant de nouveaux services et en exploitant des nouvelles technologies qui bénéficient à l'ensemble de la société. Le rôle de premier plan que nous assumons, en tant que producteurs de contenus et moteur du progrès numérique, fait de nous, radiodiffuseurs de service public, des acteurs clés de la société de l'information. Notre action est donc déterminante pour contribuer à combler le fossé numérique. Le Conseil de l'Union européenne en est parfaitement conscient.





Dans sa résolution du 21 janvier 2002 sur le développement du secteur audiovisuel, il a souligné «l'importance de la radiodiffusion publique» et l'a encouragée à «poursuivre sa contribution significative dans la promotion du secteur audiovisuel, entre autres en participant activement au développement des nouveaux services numériques, qui permettent de faciliter l'accès de tous les citoyens à la société de l'information».

## Evolution

L'environnement dans lequel nous opérons évolue rapidement. La technologie progresse, les sociétés changent et les dynamiques se modifient. S'ils entendent s'adresser de manière pertinente aux téléspectateurs/auditeurs, les radiodiffuseurs publics ne peuvent remplir leur mission de service public qu'en exploitant pleinement tous les nouveaux moyens techniques dont ils disposent.

Cela souligne l'importance primordiale de la Résolution sur la liberté d'expression et d'information adoptée par le Parlement européen en avril 2004, qui précise en particulier que *«le concept de radiodiffusion et de télévision de service public évolue dans une société de l'information s'acheminant vers la convergence; en plus de la télévision et de la radiodiffusion traditionnelles, le développement de nouveaux services médiatiques prend une importance toujours plus grande pour que les services publics remplissent leur mission consistant à fournir un contenu pluraliste»*.

Les radiodiffuseurs publics européens sont obligés de remplir leur mission et d'assumer leurs responsabilités, ce qu'ils sont déterminés à faire.

Quelles sont les responsabilités de la radiodiffusion publique ? Elles sont nombreuses, diverses et complexes, fréquemment remises en cause et se

révèlent souvent exigeantes. La mission des radiodiffuseurs publics est parfois incomprise, voire impopulaire, mais l'expérience a montré combien elle est également importante. La radiodiffusion publique présente de multiples facettes, aussi nombreuses que les publics auxquels elle s'adresse. Nos idéaux et nos méthodes sont résumés dans notre approche de la radiodiffusion et des médias électroniques, qui privilégie la «responsabilité sociale».

Le public nous fait confiance. Nous devons mériter chaque jour cette confiance, sans jamais la tenir pour définitivement acquise. En somme, la radiodiffusion de service public assume une mission qui exige de l'intégrité. C'est un privilège dont il faut se montrer digne.

Pour pouvoir continuer à assumer cette mission dans l'avenir, et ainsi être dignes d'intérêt vis-à-vis du public, qui s'acquitte de la redevance et entend exploiter toutes les possibilités technologiques qui s'offrent à lui, les radiodiffuseurs de service public doivent disposer de conditions propices, notamment du point de vue économique, partout où ils opèrent. C'est la seule solution pour qu'ils puissent répondre aux attentes du public, quels que soient les moyens techniques que celui-ci choisit d'utiliser.



**Discours prononcé lors de la conférence d'Amsterdam 1 - 3 septembre 2004**