

DOSSIER : SERVICE PUBLIC DE RADIODIFFUSION

**Point de vue**

*Albert Scharf, président d'honneur, UER*

**2**

**Quel avenir ?**

*Donald McDonald, président, Australian Broadcasting Corporation*

**6**

**TVP : nouveau rôle**

*Robert Kwiatowski, président, Telewizja Polska*

**10**

**Kosovo**

*Fritz Pleitgen, vice-président, UER ; directeur général, Westdeutscher Rundfunk*

**12**

**Afghanistan : face aux défis**

*Abdul Hamid Mobarez, ministre adjoint de l'Information et de la Culture, Afghanistan*

**16**



# Après presque quarante dans le secteur de la radiodiffusion publique allemande...

...et dans le paysage audiovisuel d'autres pays en Europe et dans le monde, une question me revient sans cesse : la radiodiffusion de service public est-elle réellement nécessaire ? Cette question présente d'autant plus d'intérêt que le monde des médias numériques actuels, rapidement qualifié d'*ère de l'information* dans l'enthousiasme général, offre quasiment à chaque habitant du *village global* les moyens nécessaires pour accéder à l'information et au divertissement. Avec toute mon expérience professionnelle, je suis convaincu que la seule réponse possible est «oui». Dans le contexte actuel la radiodiffusion de service public est plus que jamais indispensable.

Fait incontestable, la radiodiffusion publique était et reste une pierre angulaire de la communication. Elle est également l'un des piliers de l'identité nationale et culturelle, mais aussi de l'intégration. Son existence est pourtant souvent remise en cause, en particulier par les plus fervents

partisans de l'économie de marché, qui voient en elle un concurrent sérieux. La virulence des attaques est la meilleure preuve de la réelle compétitivité des radiodiffuseurs publics et de leur valeur. Là où les radiodiffuseurs de service public ont su se moderniser pour conquérir le marché, tout en mettant à profit les spécificités qui étaient traditionnellement les leurs, ils ont vu leurs mérites reconnus et ont su trouver un nouvel élan. L'avènement des nouvelles technologies avait entraîné la fin de leur monopole et les avait contraints à partager le public avec leurs concurrents du secteur privé. Mais partout où la mission de service public a été défendue, l'audience a reconnu les avantages de la radiodiffusion publique, qui a pour vocation de s'adresser à la société dans son ensemble. Et si les téléspectateurs et auditeurs ont, dans un premier temps, éprouvé une certaine curiosité à l'égard des nouveaux radiodiffuseurs commerciaux, ils sont rapidement revenus vers les programmes du service public, jugés de meilleure qualité et davantage dignes d'intérêt.

## Qualités et ambition

Il est vrai que les radiodiffuseurs de service public ont toujours su allier qualité des programmes, intégrité

# Point d

Albert Scharf  
Président d'honneur, UER

professionnelle, impartialité et fiabilité, tout en nourrissant l'ambition de concurrencer le secteur privé sur son terrain, en matière de créativité, de compétitivité et d'esprit d'entreprise.

L'expérience a prouvé que le marché ne peut satisfaire seul aux besoins de la société en matière de communication, n'en déplaise aux disciples d'Adam Smith. Un marché soumis à la loi de l'offre et de la demande ne proposera que des services rentables d'un point de vue commercial, le seul critère des radiodiffuseurs commerciaux étant le suivant : le produit proposé se vend-il ? Ou, en d'autres termes, le service est-il rentable à la fois pour le propriétaire et pour l'actionnaire ? Cela signifie en somme que les programmes qui ne donnent pas satisfaction d'un point de vue commercial ne seront plus mis à disposition de l'audience ou risquent à terme de disparaître, quel que soit l'intérêt qu'ils revêtent pour le public.

D'autres critères entrent en ligne de compte pour les radiodiffuseurs publics : ils doivent en effet tenir compte de l'utilité de leurs programmes pour les citoyens, ainsi que du rôle que ceux-ci jouent dans le processus de formation de l'opinion publique et les débats de société. Il

revient à la radiodiffusion publique de garantir la pérennité de ce processus. Cela revêt une importance primordiale dans une société libre et démocratique. Le service public devra cependant également savoir s'adapter au changement. Son rôle est directement lié aux besoins démocratiques, sociaux et culturels de chaque société, ainsi qu'à la nécessité de préserver le pluralisme des médias, qui est l'une des conditions préalables fondamentales à toute forme de liberté. Ces principes sont énoncés dans le protocole du Traité d'Amsterdam, actuelle base juridique de l'Union européenne, qui a été unanimement approuvé par les pays de l'Union européenne.

## Diversité

Le service public a un rôle important à jouer pour promouvoir la diversité des cultures de chaque État, offrir des programmes éducatifs, informer de manière objective l'opinion publique des événements et des débats en cours, garantir le pluralisme des médias et fournir de manière démocratique et sans frais supplémentaires des divertissements de qualité. Cette mission a été mise en évidence dans un autre document important, le rapport Oreja du groupe de réflexion à haut niveau sur la politique audiovisuelle. Ce docu-

ment soulignait déjà en effet, il y a deux ans, que les radiodiffuseurs publics sont, ou doivent être, les principaux fournisseurs de tout le contenu audiovisuel présentant un intérêt pour une société libre et informée. Il ne s'agit donc pas pour eux de proposer le minimum de programmes ou d'offrir uniquement des émissions revêtant de l'intérêt pour une petite partie du public, mais bel et bien de concevoir une offre riche et diversifiée. Ce rôle a été entériné par la Cour suprême allemande, au travers d'une législation qui fait ressortir l'importance du service public de radiodiffusion et reconnaît à ce dernier une protection et un financement qui lui permettent de lutter efficacement contre la concurrence commerciale. La Cour a notamment estimé que le service public de radiodiffusion est trop important pour la société et la démocratie pour dépendre uniquement du marché. Or, la situation actuelle prouve la sagacité de ce jugement : en Allemagne et dans d'autres pays européens, la radiodiffusion commerciale connaît une période difficile, qui se traduit par une baisse vertigineuse des recettes publicitaires. Des erreurs d'appréciation et/ou de mauvais investissements ont abouti, entre autres, à une réduction sensible de l'offre de programmes commerciaux. Le public n'en a fort heureusement que très peu pâti,

# de vue

grâce à un service public qui continue à offrir ses programmes en dépit de la situation financière délicate qui est la sienne. Mais cela implique que le concept même de radiodiffusion publique ne satisfasse pas uniquement aux besoins d'une minorité privilégiée et sache répondre aux attentes et aux intérêts de tous les groupes de la société, des élites aux couches populaires.

Il est curieux de constater que les radiodiffuseurs publics, dont on n'hésitait pas autrefois à stigmatiser les velléités monopolistiques, sont aujourd'hui les seuls garants de la libre concurrence dans la plupart des pays européens. L'influence et l'importance du service public sur le marché font en effet contrepoids à l'actuelle tendance aux opérations de concentration dans l'audiovisuel, que rien ne semble pouvoir freiner. C'est ainsi que des alliances se concluent et que des fusions s'opèrent, donnant naissance à de puissants conglomerats qui reposent entre les mains d'un tout petit nombre de responsables haut placés, lesquels, en toute logique, agissent pour leur propre intérêt ou pour celui de leurs actionnaires. Et si l'un d'entre eux fait faillite, comme cela a été le cas pour Leo Kirch, le magnat allemand des médias, le marché n'en est qu'un peu moins concentré, tout en restant la proie d'un petit nombre de grands patrons. L'un d'entre eux a ainsi conquis tout un pays grâce à ses chaînes privées, donnant un exemple frappant de la rapidité avec laquelle un magnat des médias peut accéder au pouvoir politique, si une séparation stricte n'est pas observée entre le «quatrième pouvoir» et le monde de la politique et si les médias ne sont pas gérés par des professionnels intègres. Or, c'est là l'une des qualités fondamentales des radiodiffuseurs publics.

## Les techniques

Pour remplir leur mission dans un environnement audiovisuel en perpé-

tuelle évolution, les radiodiffuseurs de service public doivent être en mesure d'acquiescer et d'utiliser toutes les nouvelles techniques qui peuvent leur permettre d'atteindre leur public. La question ne se pose donc pas de savoir si les organismes publics doivent ou non utiliser les nouvelles techniques de distribution numérique : il est indispensable qu'ils le fassent ; reste simplement à savoir dans quelle mesure. Mais c'est un autre problème.

Ces interrogations ne sont-elles pas cependant quelque peu dépassées ? D'éminents spécialistes des médias ne cessent de se demander, compte tenu des possibilités qu'ouvre l'ère numérique, si la communication de masse (dont les organismes publics de radiodiffusion sont les fers de lance) a un avenir. On serait en somme au seuil d'une nouvelle ère de l'information, qui privilégierait la communication individuelle par rapport à la communication de masse, dans le cadre de laquelle les radiodiffuseurs assument vis-à-vis de leur audience un rôle comparable à celui d'un professeur pour ses élèves.

Il est vrai que le paysage audiovisuel a profondément évolué. Aux moyens de communication de masse traditionnels viennent s'ajouter de nouveaux outils de communication individuelle, plus conviviaux. Je suis convaincu que ces nouveaux modes de communication se complèteront avantageusement pendant encore un certain temps. S'ils doivent continuer à tout mettre en œuvre pour accomplir leur mission, les radiodiffuseurs de service public seront également appelés à s'intéresser aux nouveaux instruments de



distribution et de communication. Ils devront par ailleurs veiller à satisfaire aux nouvelles exigences de leur public cible, c'est-à-dire la société dans son ensemble (les citoyens aisés comme les plus démunis, les citadins et les habitants des campagnes, etc.), afin que chacun puisse être suffisamment informé pour se forger sa propre opinion.

L'humanité caresse depuis toujours un rêve, celui de tout connaître. Ce rêve pourrait-il devenir bientôt réalité ? L'utopie est une chose, la réalité en est malheureusement une autre. L'immense toile d'araignée mondiale qu'est le Web nous donne accès à toutes les données dont nous souhaitons disposer, mais savons-nous vraiment ce que nous pouvons trouver et où le trouver ? Quelles sont par ailleurs la pertinence et la fiabilité de telles informations ? Et même si nous arrivons à trouver tout ce dont nous avons besoin, sommes-nous certains de tout comprendre et de savoir en faire bon usage ?

Très sceptique à cet égard, le philosophe allemand Jürgen Mittelstraß a déclaré : « Nous qui utilisons des systèmes d'information globaux, nous disposons d'une mine d'informations, mais nous ne savons en tirer qu'un minimum de connaissances. » L'individu est au centre d'une toile d'araignée mondiale constituée de millions de bits et d'octets et pourrait bien faire les frais de sa soif d'informations, finissant par se retrouver abandonné et désemparé, victime d'une désillusion à l'échelle mondiale.

### Village global ?

Pour l'immense majorité de la population mondiale, y compris dans les

sociétés développées, le *village global* qui s'est créé depuis l'avènement de la technologie numérique reste plus que jamais un concept vague et abstrait. Ce qui compte en effet pour chacun, c'est de disposer d'un contenu qui ait un sens dans son environnement quotidien. Il importe également aux citoyens de pouvoir être guidés dans la jungle de l'information, en toute transparence. Ils doivent aussi pouvoir disposer de données qui présentent un intérêt pour eux dans la vie quotidienne, données faciles à comprendre.

Or, la nouvelle ère de l'information tend à morceler la société et à la diviser en deux catégories : ceux qui disposent de l'information et ceux qui n'y ont pas accès, selon les intérêts et/ou les ressources financières de chacun. Car l'offre a beau être impressionnante au niveau de la quantité d'informations mises à disposition, elle n'en a pas moins un coût.

La mission fondamentale de la radiodiffusion publique reste la suivante : répondre aux besoins du grand public et satisfaire à ses exigences, notamment en matière d'information. Le service public est parfaitement à même de s'adapter à l'évolution technologique et son existence même est plus que jamais indispensable. Il doit désormais se renforcer, se développer et être protégé contre toute tentative de mise à mal, compte tenu de l'importance fondamentale qu'il revêt pour la société et les citoyens du monde entier.

# Quel avenir

Donald McDonald

Président, Australian Broadcasting Corporation

## Il est plus facile de prédire une fois l'événement passé.

Je n'ai pas de dons de clairvoyance. Ma vision de l'avenir de la radiodiffusion publique au XXI<sup>e</sup> siècle est-elle fiable ? Car si nos expériences nous apprennent quelque chose, c'est bien que nos prédictions se révèlent souvent erronées.

De plus, il n'existe pas un seul et unique point de vue sur ce sujet complexe qu'est la radiodiffusion de service public. Nos origines sont diverses, nous vivons dans des contextes différents : histoire, culture, milieu médiatique sont également différents.

Nous partageons cependant les mêmes privilèges et les mêmes responsabilités, lesquelles peuvent parfois sembler lourdes à porter et en contradiction les unes avec les autres. Je suis néanmoins convaincu que les expériences que nous avons vécues ces dix dernières années sont très comparables.

Si elle a parfois été raillée, la mission qui nous a été confiée (informer, éduquer et divertir) se situe plus que jamais au cœur de notre action. Le millénaire a commencé sur fond

de crise, de concurrence et de confusion. Dans ce contexte, aborder le nouveau siècle n'a donc pas été chose aisée pour le service public, qui a pourtant déjà connu bon nombre de périodes troublées.

Depuis 1996 je suis président d'ABC, le radiodiffuseur public australien, et j'ai donc entendu bien des prédictions contradictoires.

Il y a dix ans à peine, compte tenu de la croissance rapide qu'elle connaissait en Australie, on pensait que la télévision à péage allait éclipser et marginaliser les radiodiffuseurs émettant en clair (y compris les organismes publics). Elle ne couvre actuellement que 22% des foyers australiens et poursuit peu à peu son développement sans permettre aux opérateurs de télévision à péage de sortir du rouge.

ABC est entrée sans encombre et même avec succès dans le nouveau millénaire. Notre chaîne poursuit son développement, s'efforçant de se réinventer et d'innover, afin de coller à l'air du temps.

Elle enregistre actuellement ses meilleurs taux d'audience, en dépit du lancement tant redouté, il y a deux ans, de la télévision numérique, perçue comme une véritable révolution technique qui allait rapidement tout bouleverser sur son passage.

Cela ne s'est jusqu'à présent pas produit. Et il semble qu'un changement aussi radical ne soit pas pour demain.

Nous sous-estimons parfois le temps nécessaire à une société pour assimiler certains changements culturels. À cet égard, la convergence technologique n'est pas encore entrée dans les mœurs australiennes (chacun continue à utiliser un support différent selon le type de contenu auquel il souhaite accéder).

### Contradictions

Au cours des dernières années nous avons souvent considéré la radiodiffusion publique comme si nous étions sur le point de la perdre – ce qui a conforté nos convictions. Nous avons cependant également pu prendre du recul. Cette sagacité rétrospective permet d'adopter un point de vue nettement plus fiable.

Mais je suis convaincu que même si je n'évoque que des questions posées

# nir ?

à la chaîne publique australienne, cela a un sens pour tous, même si les situations sont différentes. Examinons certaines contradictions...

«On allume la télévision... voilà à quoi se résume aujourd'hui principalement la culture. Voilà ce que la majorité des gens aiment.» Arthur Miller, *The Times*, Londres, 15 octobre 2002.

Le temps permet de savoir ce qui tombe aux oubliettes de l'histoire et ce qui perdure. Il en va de même pour les radiodiffuseurs. Si nous sommes appelés à constituer une mémoire culturelle, nous devrions nous assurer que la télévision peut y contribuer efficacement.

La télévision, média le plus populaire, loin devant la presse écrite et la radio, est également la principale source d'information de la majeure partie de la population. On pourrait



dire qu'elle joue, vis-à-vis du public, le rôle du professeur pour ses élèves.

Le contenu local – l'information qui a un sens dans notre environnement – présente certaines contradictions pour la télévision de service public, contradictions qui laissent perplexe.

À ABC, nous avons souvent constaté, particulièrement pour les productions de fiction, que plus un programme contient d'éléments propres à la culture australienne, moins il a de chances d'être exporté.

Certaines productions des radiodiffuseurs publics, culturellement très marquées et coûteuses, arrivent pourtant parfois être vendues à l'étranger. Mais à cause d'un certain «esprit de clocher», on constate une réduction progressive du marché et une diminution des fonds mis à disposition pour importer des programmes étrangers, ce qui complique encore la situation.

Il est rare que l'attrait exercé par une nouvelle culture garantisse à lui seul le succès d'une production à l'étranger. Mais il peut arriver que des programmes riches en éléments culturellement marqués abordent des thèmes qui parlent à tous.

## Références culturelles

Un film intitulé *Mariage à la grecque* remporte, par exemple, actuellement un succès considérable en Australie. Il contient nombre de références culturelles grecques tout en abordant des sujets universels, comme les valeurs familiales. Il n'est pas surprenant que ce film trouve son public.

*Moulin Rouge*, long métrage à succès dans le monde entier, était une production australienne, écrite, jouée et réalisée par des Australiens et tournée à Sydney. Ce sont là les seuls éléments australiens de ce film. D'autres productions ont moins de

chance. La série *Changi*, produite par ABC, d'une qualité remarquable, relatait l'expérience de prisonniers australiens durant la Seconde Guerre mondiale et abordait les difficultés rencontrées par les survivants pour reconstruire ensuite leur vie. Il s'agissait d'un projet ambitieux, dans lequel l'identité nationale australienne était très présente.

Ce programme s'inscrivait directement dans le cadre de la mission de service public, mais le fait d'aborder des questions intimement liées à la culture australienne a limité les possibilités de vente à l'étranger.

«Lorsque les hommes découvrent une nouveauté – le feu, la roue, l'automobile, la radio, la télévision ou Internet – celle-ci bouleverse leur vie à un point tel qu'ils ne pourront jamais le mesurer.» John Gray, *Straw Dogs* (Granta Books, Londres 2002), p.18.

La télévision haute définition, modèle numérique prescrit par le gouvernement fédéral australien, a pour principal atout une meilleure qualité d'image et de son, avantage somme toute limité par rapport à la télévision traditionnelle et qui n'a pas suffi pour faire décoller les ventes.

Certains prédisaient que l'adoption de la télévision numérique haute définition serait extrêmement lente. Cela s'est révélé exact : moins de 1% des foyers australiens ont adopté la télévision numérique en deux ans !

ABC était extrêmement sceptique quant aux chances de succès de cette entreprise. Nous avons cependant apporté notre soutien aux autorités australiennes : appui limité, dans la mesure où nous ne disposions pas des fonds suffisants pour développer notre programmation numérique de manière adéquate.

D'énormes investissements publics et privés (estimés à près de 1 milliard de dollars) sont aujourd'hui en

jeu et des installations colossales ont été mises en place, pour l'heure inutilisées. Nous souhaitons que ce potentiel soit rapidement exploité.

Avec les moyens qui étaient les siens et sans aucune autre source de financement, ABC a lancé les premières chaînes numériques australiennes («ABC Kids» et «Fly», pour les adolescents). Nous sommes convaincus qu'il s'agit d'un moyen de montrer aux téléspectateurs australiens les possibilités offertes par le numérique et de renforcer l'intérêt du public pour cette technologie.

Pour de nombreux Australiens (et encore plus pour les vendeurs de postes de télévision), parler du passage de l'analogique au numérique semblait jusqu'à présent bien inutile, étant donné l'absence de contenu.

Chez ABC, nous sommes fermement convaincus qu'accorder la priorité à la programmation interactive sur nos chaînes numériques permettra de dynamiser l'ensemble du secteur de la radiodiffusion numérique. Cela lui donnera un sens et la rendra plus concrète aux yeux du public.

## Interactivité

ABC a mené de nombreuses expériences en matière de programmation interactive. Peut-être sommes-nous parfois trop impatients. Je me souviens d'un directeur de théâtre qui demandait à un metteur en scène comment raccourcir la pièce «En attendant Godot». Le metteur en scène lui avait rétorqué : «Modifiez le début de la pièce ! Acte 1, scène 1 : Godot arrive !»

Un contenu interactif peut conférer une sorte de «valeur ajoutée» à un programme par l'exploitation de matériel d'archives, d'interviews, ou d'autres informations plus approfondies.

ABC espère, à l'occasion des négociations qui se déroulent tous les trois ans avec les autorités australien-

nes, qu'un financement approprié lui sera accordé. Il s'agit de couvrir les frais supplémentaires engendrés par la mise à disposition de cette programmation additionnelle. En sa qualité de radiodiffuseur public, ABC peut mettre à profit la confiance dont il jouit auprès du public pour lui faire connaître les services interactifs, devenant ainsi partie prenante dans la recherche et le développement au sein de l'industrie audiovisuelle australienne.

## Chaos

Des questions comparables se posent dans d'autres pays du monde, concernant le numérique et la suppression de l'analogique. Partout, les processus décisionnels sont chaotiques et hésitants.

En Allemagne, le passage au numérique se déroule sous l'impulsion (et avec le financement) du secteur public. Les autorités britanniques s'efforcent à nouveau d'accélérer l'adoption de la technologie numérique en autorisant le principal radiodiffuseur d'outre-manche à ouvrir la voie en matière de radiodiffusion numérique terrestre, par l'intermédiaire de Freeview.

L'expérience de Freeview est intéressante : partenariat entre la BBC, la Société Crown Castle et la chaîne BSKyB, propriété de Rupert Murdoch, elle propose des décodeurs pour 99 livres et trente chaînes de télévision et stations de radio numériques gratuites. Qui aurait pu penser, il y a dix ans, que le plus puissant concurrent de la radiodiffusion publique allait s'associer à la BBC sur un projet commun ?

Je me souviens encore d'une allocution de Rupert Murdoch au Festival de télévision d'Edinburgh en 1989 quand le magnat des médias dénonçait l'élitisme de la radiodiffusion de service public et stigmatisait son incapacité à proposer une offre en

adéquation avec les souhaits de l'audience.

De telles alliances sont risquées et peuvent se briser, pour resurgir sous d'autres formes. Il y a quelques semaines à peine, un différend d'ordre commercial a commencé à opposer les radiodiffuseurs publics britanniques et la chaîne privée BSKyB.

Les autorités de réglementation australiennes étudient actuellement les possibilités de fusion entre le principal opérateur de télévision à péage, la société de télécommunications dominante et le deuxième plus grand opérateur de télévision à péage. Cette fusion permettrait la numérisation de la plate-forme de télévision à péage et encouragerait le passage au numérique (ainsi que l'adoption de la télévision à péage).

Inutile de préciser que les instances de réglementation traitent également tout ce qui se rapporte aux monopoles.

Les radiodiffuseurs publics ont des préoccupations concernant le numérique, préoccupations portant principalement sur les points suivants :

- règles liées à l'obligation de diffuser («must-carry») ;
- insertion appropriée dans les guides électroniques des programmes (GEP).

Nous sommes opposés à l'idée de payer un opérateur de plate-forme numérique pour permettre aux téléspectateurs d'avoir accès aux programmes du service public, ne serait-ce que parce que nous ne disposons que de fonds limités.

Si les radiodiffuseurs publics sont présents sur les plates-formes numériques, leurs programmes doivent être mis en valeur dans les GEP, ne serait-ce que parce qu'en Australie, par exemple, la télévision bénéficie depuis près de cinquante ans de l'investissement public.

L'offre du service public doit donc être accessible à tous et partout. Une communauté aux intérêts variés doit pouvoir accéder à une vaste gamme de programmes, ce que seuls les radiodiffuseurs publics peuvent garantir.

Or tous les téléspectateurs ne se reconnaissent pas dans les programmes proposés sur les plates-formes payantes. Cela étant, le service public doit être en mesure de répondre aux attentes du public, quel que soit le mode de radiodiffusion que celui-ci choisit.

«Notre constitution politique n'a rien à envier aux lois qui régissent nos voisins ; loin d'imiter les autres, nous donnons l'exemple à suivre.»

Périclès, *The Pelican History of Greece*, A.R. Burn (Viking Penguin Books, New York 1965), p. 113.

Lorsque John Reith, le premier directeur général de la BBC, s'est vu confier la mission de rédiger la charte du radiodiffuseur public national sud-africain, il devait donner naissance à quelque chose d'entièrement nouveau.

Ce pionnier aurait sans doute du mal à reconnaître dans les organismes d'aujourd'hui le service public auquel il avait songé. Celui-ci a dû évoluer et s'adapter.

Fort heureusement, l'esprit qui animait les fondateurs de la radiodiffusion de service public perdure.

Il est indispensable que nous continuions à avoir accès (par le biais de la radio, de la télévision ou des nouveaux médias) à un contenu indépendant, libre de toute influence commerciale ou politique et qui nous permette d'affirmer notre identité propre.

Le secteur commercial répond pour l'heure parfaitement aux attentes du public. En tant que radiodiffuseurs publics, nous devons nous développer et diversifier notre offre, en fonction des nouveaux intérêts de notre public cible.

Nous devons continuer à concevoir une programmation qui bouscule les idées reçues et surprenne les téléspectateurs.

J'ai dit combien il est dangereux de faire des prédictions, mais je suis fermement convaincu que la radiodiffusion publique est appelée, au cours des années à venir, à être aussi dynamique qu'elle l'a été jusqu'à présent, même si certains dangers (impossibles pour l'instant à définir) continueront sans nul doute à la guetter.

Ce n'est pas pour autant qu'elle doit être expédiée aux oubliettes ou finir sur les étagères des musées, symbole poussiéreux des illusions perdues du XX<sup>e</sup> siècle.

À l'instar de la démocratie, la radio-diffusion de service public ne sera sans doute jamais parfaite, mais elle sait associer avantageusement qualité et popularité.

Et si elle souffre encore de multiples contradictions, elle nourrit des espoirs bien plus nombreux : elle n'a en effet rien perdu de ce qui faisait sa force et reste dynamique et novatrice, en écho aux espoirs que caressait pour elle John Reith, il y a plus de soixante-dix ans.



## En 2000, les choses ont commencé à bouger...

... au sein de la Télévision polonaise, TVP, avec des changements fondamentaux dans tous les secteurs d'activité pour rattraper les années de retard et satisfaire aux exigences du marché. Il est temps aujourd'hui de relever le défi des avancées technologiques, notamment de la révolution numérique et de la mondialisation de l'économie et des communications. Nous tenons à rester la norme en matière de programmation et de technologie sur le marché des médias en Pologne. Notre objectif stratégique des prochaines années est de transformer la TVP en organisme de radiodiffusion, certes multimedia, mais qui garde sa place de premier producteur de télévision en Pologne.

Dans le secteur des opérations, la situation évolue beaucoup depuis deux ans: la TVE a réaligné sa stratégie sur les exigences du marché. Nous avons investi près de 25 millions de dollars en 2001 dans la pro-

duction de films et ces dépenses ne font qu'augmenter chaque année. Ce changement de stratégie a conduit à une modification des règles internes de la TVP. Nous sommes aujourd'hui autorisés à produire et vendre aux autres radiodiffuseurs un concert ou tout autre format de programme TV, parallèlement aux services techniques et de production que nous proposons. Ces nouvelles dispositions ont fait naître une nouvelle conception du rôle d'un service public de radiodiffusion.

### Le marché

La loi du marché nous a plus ou moins contraints de passer des accords avec d'autres acteurs du marché. Depuis les années quatre-vingt-dix un nouvel ordre social s'instaure en Pologne et les changements systématiquement introduits font que la TVP doit maintenant travailler main dans la main avec la concurrence. À

l'image de toute la société environnante, la TVP a encouragé le développement du pluralisme dans les médias polonais, ce qui a exacerbé la concurrence. Toutefois, tous ceux qui travaillent pour le service public de radiodiffusion, et j'en fais partie, ont également pris part à l'élaboration d'une loi qui garantit le développement du secteur privé en Pologne.

Ce n'est pas facile pour tout le monde. La TVP est une institution qui, par la force des choses, mais aussi de son plein gré, essaie d'aider tous ceux qui ne peuvent pas trouver leur place dans cette Pologne que treize années de bouleversements ont profondément transformée. Nous pensons avoir un rôle qui va bien au-delà de la définition traditionnelle du service public de radiodiffusion.

Telewizja Polska modifie sa stratégie dans le secteur de la coopération avec les concurrents commerciaux. L'exemple le plus frappant de cette «nouvelle approche» est l'achat conjoint des droits des grands événements sportifs. Pour la première fois de son existence, la TVP a acquis les droits de la Coupe du monde

# TVP

nouveau rôle

**Robert Kwiatowski**

*Président, Telewizja Polska (Télévision polonaise)*

auprès d'un radiodiffuseur privé. Notre objectif est de donner l'occasion au plus grand nombre possible de supporters de suivre les matches les plus importants de la Coupe du monde. Cela fait des années que nous diffusons les matches de football nationaux, mais cette fois-ci, dans nos discussions avec la station commerciale Polsat, l'acquisition des droits de la Coupe du monde procédait d'un enjeu national. Le président polonais, son Premier ministre et le président du KRRiT (Conseil national de la radiodiffusion) ont plaidé d'une seule voix pour la signature d'un accord. Cet accord, nous l'avons finalement obtenu et nous avons fait le maximum pour satisfaire les supporters polonais.

Les premières tentatives pour conclure un accord avec les radiodiffuseurs commerciaux remontent à la fin des années quatre-vingt-dix. La plateforme numérique polonaise CYFRA+ a été inaugurée officiellement en novembre 1998. Telewizja Polska souhaitait participer financièrement à ce projet, mais il lui manquait alors le consentement du ministre des Finances. Les radiodiffuseurs publics devraient pouvoir déterminer le cours du secteur audiovisuel et notamment le développement des services numériques. Un protocole d'accord dans ce sens a été, somme toute, confirmé par le Conseil de l'Europe à propos du secteur audiovisuel, en janvier 2002.

Dans les conditions présentes, le marché des médias en Pologne exige que nous redéfinissions dans une certaine mesure le rôle et les tâches du service public de radiodiffusion. Pendant de nombreuses années, Telewizja Polska a rempli consciencieusement sa mission en se vouant aux grands événements culturels. Plus récemment, nous sommes allés au-delà de notre rôle de radiodiffuseur pour mettre sur pied d'importantes manifestations artistiques. En 2002, par exemple, la TVP a aidé à organiser le Festival des quatre cultu-



res à Lodz : il s'agissait de présenter les quatre cultures : polonaise, juive, allemande et russe, qui étaient le nerf de la puissance industrielle de Lodz à la fin du XIX<sup>e</sup> siècle et qui sont encore à la base de la vie culturelle de cette ville.

## L'Europe

Les conditions sociales prévalant en Pologne mettent la TVP en situation d'organisme d'aide à la population. Le bien le plus précieux que nous puissions partager avec ceux qui sont dans le besoin est le temps d'antenne, que nous employons à rassembler les bonnes volontés et à trouver des mécènes pour des manifestations de bienfaisance et sociales. En janvier, nous avons produit et diffusé pour la dixième fois le grand concert national de bienfaisance de Noël. C'est sous l'égide



de Telewizja Polska, coorganisateur, que peut avoir lieu cet événement qui permet de collecter des fonds pour les enfants malades. En un peu plus de dix ans, nous avons réussi à rassembler au total près de 40 millions de dollars.

La Pologne entrera dans l'Union européenne en 2004. Notre plus importante tâche, dans cette perspective, est de préparer notre peuple à

se conduire en citoyens d'une Europe intégrée. Dans les obligations publiques de la TVP entrent deux fonctions interdépendantes: informer et convaincre. Si la première paraît évidente et ne suscite pas d'interrogation, j'aimerais toutefois m'étendre sur la seconde. En parlant de l'entrée de la Pologne dans l'Union européenne, il est parfois difficile de faire la part des choses entre l'information et l'interprétation des événements. Les téléspectateurs ont besoin d'une information fiable et s'attendent aussi à des analyses et des conclusions leur permettant de former leur propre jugement et de participer en toute connaissance de cause au référendum sur l'adhésion.

La radiodiffusion publique en Pologne travaille dans des conditions sociales et politiques très difficiles. La lutte pour le pouvoir, les fréquents changements législatifs et la mise en œuvre précipitée des réformes sociales majeures ont souvent pour conséquence une désinformation dans les médias. La TVP joue un rôle d'une importance et d'une spécificité exceptionnelles dans tout ce chambardement et toute cette masse d'informations. Pour la

société quasi entière, nous sommes fiables et crédibles, ce qui nous permet de jouer aujourd'hui un rôle majeur sur le marché polonais des médias.

Le téléspectateur polonais a été pendant des années habitué à un contact quotidien avec la TVP. Nous respectons donc ses habitudes, en nous hâtant parallèlement de répondre à une demande très évolutive.

# KOSOVO

**Fritz Pleitgen**

*Vice-président, UER ; directeur général, Westdeutscher Rundfunk*

En Allemagne, nous souhaitons voir le Kosovo se développer de manière constructive et positive.

L'Union européenne de radio-télévision partage totalement ce sentiment.

L'UER, association professionnelle de tous les radiodiffuseurs de service public d'Europe, lutte avec ses Membres depuis plus de cinquante ans pour l'indépendance politique, l'objectivité et la fiabilité des médias de l'audiovisuel. Ils coopèrent dans leur travail quotidien au moyen de réseaux de transmission d'actualités de très haute qualité, en réalisant des coproductions, en échangeant des conseils et en se soutenant financièrement. C'est dans ce cadre qu'ils ont lancé le fonctionnement de RTK en 1999. Et nous sommes heureux de constater ce qu'ont réalisé, en si peu de temps, l'UER et les professionnels kosovars. RTK est en effet devenue la station de radiodiffusion la mieux acceptée et la plus fiable du Kosovo.

Tant que nous le pourrons, nous continuerons de soutenir cet état de fait pour le bien de tous les citoyens du Kosovo. Mais, bien entendu, le facteur le plus décisif demeure toujours les efforts et la persévérance des personnes elles-mêmes.

## Souffrances

Nous savons quelles souffrances vous avez dû endurer : la destruction, la perte d'êtres chers et les expulsions. Nous savons aussi combien difficile est le processus de normalisation après avoir vécu toutes ces années d'horreur. Nous espérons que votre propre histoire et votre expérience vous guideront dans vos choix pour l'avenir.

L'Allemagne aussi a été libérée d'une dictature en 1945 par des forces extérieures. L'un des outils les plus importants qui nous a été accordé après la Seconde Guerre mondiale

pour rétablir la démocratie a été le système de radiodiffusion public. La BBC nous a servi de modèle. La radio et la télévision publiques ont prouvé leur valeur à plusieurs reprises et notamment en période de crise. Elles continuent de contribuer de manière essentielle à la promotion et à la stabilité de la démocratie dans notre pays.

La radiodiffusion publique doit être indépendante de l'État et du gouvernement. Ce sont le public et les citoyens qui la financent et elle est à leur service et uniquement à leur service. Les représentants de tous les groupes de la société (syndicats, associations sociales, sportives, culturelles, parlementaires, etc.) sont là pour surveiller le fonctionnement du système de radiodiffusion publique. C'est un système efficace de contrôle et d'équilibre. Ni Président, ni chef de l'État, ni parti politique, aussi puissants soient-ils, n'ont le pouvoir de décider ce qui doit ou ne doit pas être diffusé. Seul le radiodiffuseur lui-même a pouvoir de décision dans ce domaine, conformément à la législation et à la réglementation en vigueur en matière de radiodiffusion.

La programmation doit répondre aux intérêts et aux besoins de tous les citoyens de toutes les couches de

# OVO

la population, c'est-à-dire tant des majorités que des minorités. La radiodiffusion publique est une plateforme de communication pour tous. Elle ne peut être manipulée par quelques intérêts au détriment de tous les autres. La crédibilité est la clé de son succès et l'indépendance est la condition de sa crédibilité. Faute d'indépendance et de crédibilité, la démocratie ne peut en effet pas fonctionner.

## Vigilance

Une chaîne de radiodiffusion publique doit toujours rester vigilante en ce qui concerne sa responsabilité vis-à-vis du public. Son objectif est de dénoncer ce qui ne va pas ou qui se développe dans le mauvais sens. Bien entendu, ceux qui détiennent le pouvoir ou tiennent les rênes de la société préféreraient que le public ne voie que leur côté positif. Mais ce n'est pas ainsi que l'on obtient une image complète de l'information et la crédibilité qui inspire la confiance. Les gens commencent en effet à perdre leur confiance envers le système politique lorsqu'ils se rendent compte qu'on les a trompés.

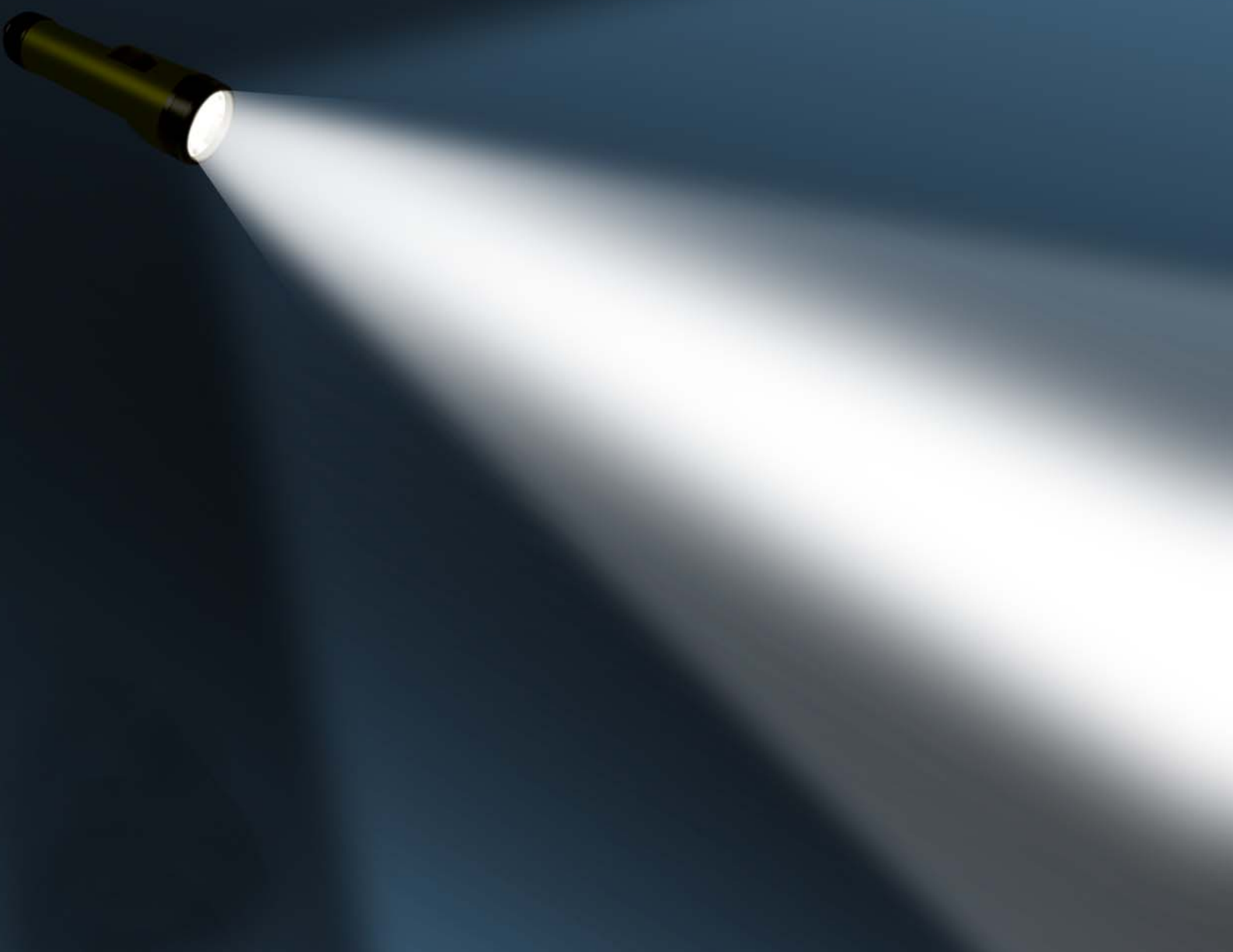
Nous avons vécu un exemple convaincant de cela dans notre propre pays : l'Allemagne a été divisée pendant des décennies. En République fédérale,

nous disposions d'un système de radiodiffusion indépendant. En revanche, en RDA, le système communiste alors en vigueur dans les pays de l'Est dictait ce qui devait et ne devait pas être diffusé à la radio et à la télévision. Techniquement, les foyers pouvaient capter les émissions des deux Allemagnes dans de vastes zones situées de part et d'autre de la frontière.

Les conséquences étaient claires pour tous : personne en République fédérale n'était intéressé par les programmes de propagande de la RDA : en revanche, en RDA, presque tout le monde regardait uniquement les émissions de l'Ouest.

Les citoyens de l'Est rêvaient de notre système politique à l'Ouest, même si ses faiblesses étaient vivement critiquées dans certains de nos programmes. Ce fut l'un des facteurs décisifs de l'effondrement de la RDA. Et ni les 500 000 soldats russes stationnés en RDA, ni l'armée de RDA, ni la police secrète omniprésente de RDA ne purent faire quoi que ce soit contre cela.

On pourrait maintenant faire valoir que ce qu'un radiodiffuseur public peut réussir, un radiodiffuseur privé le peut également. C'est une erreur. En effet, le but des radiodiffuseurs



privés est de «faire de l'argent». Leurs programmes sont orientés en ce sens. Ils ne peuvent se permettre de réaliser régulièrement des reportages analysant en profondeur des sujets étendus, à des fins purement informationnelles. C'est pourquoi la télévision commerciale ne peut être que le complément de la radiodiffusion publique et les téléspectateurs en profitent s'il y a concurrence pour gagner leur attention.

## Indépendance

Tout comme l'influence politique, les intérêts commerciaux ne peuvent que menacer l'indépendance des journalistes. C'est même le cas aux États-Unis, où de puissantes sociétés peuvent s'opposer à la diffusion de reportages qui leur sont hostiles. Mais comme la presse aux États-Unis est largement indépendante (cf. des journaux comme le «New York Times», le «Washington Post», le «Boston Globe», le «Chicago Tribune» et le «Los Angeles Times», pour n'en citer que quelques-uns), les défauts de la télévision commerciale sont aisément compensés par la liberté d'information qui règne en général aux États-Unis et par les médias alternatifs.

Le savoir-faire et les capacités des journalistes sont de la plus haute

importance pour la qualité des programmes d'un radiodiffuseur public. Mais pour que les journalistes puissent exercer leur métier de manière crédible et professionnelle, il faut qu'ils aient été éduqués et formés dans ce sens. Ils ne doivent être ni arrogants ni intimidables, mais au contraire préparés à faire état d'informations qui risquent de ne pas plaire à certains intérêts.

Informé signifie aussi casser les préjugés, transmettre l'avis d'autrui et contribuer à la compréhension mutuelle. Je suis bien conscient que c'est particulièrement difficile dans un pays au passé tel que le vôtre. Mais l'absence de compréhension mutuelle n'entraîne que la stagnation. Sans compréhension, il n'y a pas de prospérité et il est impossible de rejoindre le reste d'une Europe unifiée. Les journalistes doivent être indépendants, tant au plan intellectuel que matériel. Il serait préjudiciable à l'ensemble de la profession que des journalistes affectés à la réalisation d'une émission critique puissent craindre pour leur emploi.

Mais qui suis-je pour faire ces déclarations ?

Journaliste professionnel, cela fait maintenant quarante ans que je tra-

vaille dans la radiodiffusion. Lorsque j'étais jeune, j'ai fréquemment accepté des missions comme envoyé spécial ou correspondant de guerre en Europe, au Proche-Orient et au Moyen-Orient. À la fin de la guerre froide, j'étais correspondant à Moscou, où j'ai travaillé dans des conditions de semi-censure. J'ai ensuite été journaliste en RDA lorsque l'Allemagne était encore divisée. J'ai également été correspondant à Washington.

J'ai exercé mon métier dans les deux conditions du journalisme, à savoir censure et liberté de reportage. Reporter en prise directe avec l'actualité, j'ai observé la désintégration de l'Union soviétique et l'effondrement de l'ensemble du système socialiste. J'ai été présent dans des régions en crise et en proie à la guerre, du Caucase à Sarajevo, en Israël et dans les Territoires occupés de Palestine. C'est pourquoi je me sens autorisé à émettre certains jugements concernant la radiodiffusion.

Mon vœu le plus cher est que RTK contribue de manière importante à l'élaboration de la démocratie au Kosovo et qu'il continue de le faire à l'avenir. À l'UER, nous sommes prêts à continuer à aider ce radiodiffuseur de service public ...et ce n'est qu'un début !

## Ruiné...

...par vingt et un ans de guerre, l'Afghanistan a vu ses institutions culturelles et la presse subir des pertes particulièrement sévères pendant la période d'attentats terroristes menés par Al Qaida et les talibans. Au lendemain des accords de Bonn, une nouvelle vie a commencé pour notre pays, avec la mise en place d'une administration afghane intérimaire présidée par Hamid Karzai. En sept mois, cette administration a réussi à rétablir une paix relative avec l'aide de la Force internationale d'assistance à la sécurité et à reconstruire les fondations ébranlées de l'État.

Sous le régime du Parti démocratique du peuple afghan et pendant l'occupation soviétique, l'information circulait en abondance dans une presse muselée par l'idéologie d'une

«junte». En fait, la liberté d'expression et de la presse n'existait pas. En 1992, les moudjahidines prirent Kaboul, qui connut alors une lutte d'influence entre diverses factions, ce qui n'a rien fait pour rétablir la démocratie et la liberté de la presse.

### La liberté

Cette liberté, que les Afghans ont connue pour la dernière fois en 1965, n'a été rétablie qu'avec la mise en place de l'administration afghane intérimaire. La nouvelle législation sur la presse s'est révélée bien plus libérale que la loi initiale de 1965, puisqu'elle permet à tout citoyen afghan de créer des chaînes de radio et de télévision, d'ouvrir un théâtre, d'organiser des conférences, de faire paraître des publications, etc. Certes jugée démocratique par les Afghans, cette nouvelle loi sur la presse n'en a pas moins été critiquée par certaines institutions internatio-

nales : force a donc été d'en rediscuter pour en revoir les dispositions.

Dans le même temps, nous réfléchissons à la manière de restructurer l'ensemble des médias afghans, compte tenu des avancées technologiques, de l'omniprésence du satellite, de l'Internet et de la libéralisation, privatisation et mondialisation des médias qui rendent le monde de plus en plus petit. Les grands groupes de médias dominent les plus petits, les médias internationaux tiennent le pavé haut aux médias nationaux. Nous nous rendons à l'évidence d'une presse et de mass media libres, mais constatons que toutes ces radios détournent à leur profit des auditeurs jadis fidèles à Radio Kaboul et Radio Afghanistan. Mais comme nous voulons à la fois ouvrir à notre population l'accès à la radio et à la télévision et encourager la liberté de la presse et des mass media, nous avons décidé de transformer encore davan-



**Abdul Hamid Mobarez**  
Ministre adjoint de l'Information et de la Culture, Afghanistan

tage le service public de radiodiffusion afghan.

Nos plans de reconstruction et de développement des médias afghans s'inspirent d'un avenir social et politique auquel aspire notre population et qu'elle mérite. Un avenir que nous a promis le gouvernement d'un Afghanistan libre, indépendant et uni, dont les dirigeants se mettent au service du peuple et doivent lui rendre compte. Des lendemains qui chantent pour un pays où régneront la paix, la justice et la loi, où les habitants pourront construire une société moderne, une société civile, une société pacifique guidée par les principes de l'islam, les droits de l'Homme et les valeurs démocratiques.

## Friands d'informations

Cette vision d'avenir n'est pas imaginable sans médias libres et indépendants. Notre peuple a connu plus de

deux décennies de guerre et de misère. La majorité des habitants sont illettrés, ils forment pourtant un auditoire très fidèle et aiment écouter la radio internationale. Ils apprécient les informations fiables, dont ils sont du reste tributaires. Les médias afghans devront se hisser à la hauteur de leurs concurrents internationaux s'ils veulent gagner le respect et la confiance du peuple afghan. Grâce aux communications modernes par satellite, tous les citoyens du monde, Afghans compris, ont accès à la radio, à la télévision et aux services internationaux. Ce flux massif d'informations est incontrôlable et nos médias n'ont pas d'autre alternative que de se mesurer à la concurrence mondiale, sans jamais oublier qu'ils sont les messagers de la paix, de la stabilité et de la compréhension, et entendent rejeter toute forme de violence et de terrorisme. Notre défi est de présenter un front uni contre la violence et l'intolérance.

### Interdiction des télévisions étrangères

*Le président de la Cour suprême interdit la diffusion des télévisions étrangères sur le sol afghan. Fazil Hadi Shinwari a annoncé l'interdiction de la télévision par câble, qui reçoit une dizaine de chaînes à Kaboul, jugées "pornographiques et anti-islamiques".*

*Quant aux antennes satellitaires et aux vidéos, le président de la Cour suprême estime leur influence "négative" et qu'elles doivent également être interdites.*



# afghanistan

## face aux défis