



L'avenir

*Dragos Seuleanu, président-directeur général,
Romanian Radio Broadcasting Corporation*



L'avenir

Dragos Seuleanu

Président-directeur général, Romanian Radio Broadcasting Corporation

Les souhaits des auditeurs font le futur de la radio.

En Roumanie, toute discussion sur l'avenir de la radio doit prendre en considération ce qui est important pour le pays, et actuellement la question principale est celle du développement, plus particulièrement du développement des infrastructures sociales et économiques. L'augmentation du niveau de vie et les nouvelles valeurs deviennent partie intégrante de notre vie quotidienne. Ceux qui le comprennent obtiendront de bons résultats, qu'ils soient fournisseurs de services ou mouvements politiques.

Au niveau européen, de nombreux défis se profilent à l'horizon. Comment travailler avec de nouveaux partenaires ? Comment faut-il réagir face aux rapides changements d'ordre socio-économique, à l'ouverture des marchés, aux restructurations, aux nouveaux comportements, aux nouvelles possibilités et au développement des communautés locales ?

Dans le passé, nous n'avions pas confiance dans les médias. Aujourd'hui, ils sont à la fois nos

amis et nos concitoyens. Après 1989, nous avons besoin de quelqu'un qui nous parle de la vie dans les pays du monde auxquels nous n'avions pas eu accès. Tous les médias ont offert de l'information, mais la télévision nous a aidés à apprendre rapidement et de manière indépendante ce que signifient les mots «monde libre».

L'avenir

Quel avenir aujourd'hui ? À quoi nous attendions-nous, en tant qu'habitants de pays de l'Europe centrale et orientale, lorsque nous avons rejoint le reste de l'Europe ? Quel avenir pour la radio ?

Avec un peu de chance, nous arriverons à préserver nos traditions et nos identités. Mais nous voulons également devenir plus compétitifs et mener nos activités au niveau européen. La radio va donc continuer à nous diffuser la musique que nos grands-parents aimaient et qui constitue une partie de notre patrimoine culturel, tout en nous proposant les prévisions météorologiques, des bulletins d'actualité, des informations

financières et aussi de nouvelles approches et les concepts novateurs qui se développent.

À l'avenir, pour répondre aux exigences de ses auditeurs, la radio roumaine devra peut-être se doter de deux types de chaînes :

- l'une diffusant en direct,
- l'autre transmettant à la demande, car, si nous ne développons pas ce système de diffusion, nous aurons des difficultés à attirer les auditeurs potentiels qui n'ont pas le temps d'écouter les programmes diffusés en temps réel.

Redevance, audiences

En radio, certaines tendances apparaissent. L'une d'entre elles concerne la distribution de la radio, qui restera locale, mais sera financée par une poignée d'organisations internationales. Pour cette raison, je pense que l'UER doit continuer à soutenir la redevance comme moyen de financement des radiodiffuseurs de service public, qui pourront ainsi conserver leur indépendance éditoriale malgré la mondialisation. Cela est très important. En effet, un certain nombre de gouvernements envisagent de supprimer la redevance, dans le dessein de faire de

nous des stations de radio à leurs yeux «normales», c'est-à-dire des radios privées.

Une autre tendance est la redistribution de l'audience, qui ne se partagera plus en fonction de la langue du programme, mais de groupes d'intérêt transnationaux. Les auditeurs n'écouteront plus un programme parce qu'il est en roumain, en français ou en anglais, mais parce qu'il les intéresse. Avec l'apparition de ces nouveaux publics, nous devons développer des approches novatrices.

Par ailleurs, la forte influence exercée par la fusion de la presse écrite, de la radio et de la télévision continuera à se faire sentir. RAI 24 News est un bon exemple de chaîne qui combine ces trois médias. Je suis convaincu que radios publiques et privées travailleront ensemble et s'adresseront à des segments d'audience spécifiques, comme les adolescents, les jeunes ou les groupes ayant des besoins précis. Il est très important de comprendre ce point. À cet égard, la BBC est aussi un bon exemple : entrée sur le marché de l'Europe de l'Est tout de suite après 1989 et loin de s'adresser uniquement aux adolescents, elle concurrence également les stations de radio privées.

Les radiodiffuseurs publics seront de plus en plus nombreux à adopter un style de gestion rigoureux. Le Parlement et nos collègues de la presse écrite devront accepter le fait que nous avons besoin de définir des structures financières comparables à celles mises en place par les radios privées, sans toutefois oublier que nos revenus sont issus de fonds publics.

Une autre tendance qui se développe est celle des réseaux internationaux. Les difficultés financières et les différents cadres culturels des radiodiffuseurs de service public faciliteront le développement de réseaux internationaux réunissant à la fois le secteur public et le secteur privé. Par

exemple, CNN radio va créer un réseau international composé de stations de radio publiques et privées. Nous devons étudier attentivement ces exemples, car de telles initiatives impliquent une augmentation de l'offre d'informations et d'actualités.

Dans ce contexte, l'UER peut se définir un nouveau rôle en radio : la promotion des cultures nationales et la mise en place de nouvelles stratégies. Nous pourrions ainsi construire un avenir dans lequel il nous sera possible de réaliser nos projets en collaboration avec les autres radiodiffuseurs.

Qui peut m'offrir la sécurité dans la vie de tous les jours ? La réponse est simple : la radio de service public. Nous lançons des campagnes populaires, contribuons à diffuser les valeurs culturelles et transmettons des programmes éducatifs visant à promouvoir le respect mutuel, la tolérance et la compréhension.

Mais notre objectif principal, la *raison d'être*, de la radio de service public est de rester à l'écoute des auditeurs.

