



Organisation
des Nations Unies
pour l'éducation,
la science et la culture

LA RADIODIFFUSION DE SERVICE PUBLIC :

UNE SÉLECTION DE BONNES PRATIQUES



A black and white photograph of a person holding a professional video camera with a large lens and microphone, appearing to be in a broadcast or recording environment. The image is partially obscured by blue abstract lines and a semi-transparent blue overlay.

INDÉPENDANCE ÉDITORIALE
UNIVERSALITÉ
SPÉCIFICITÉ
DIVERSITÉ
INFORMATION IMPARTIALE
ÉDUCATION/COMPRÉHENSION
CONNAISSANCE
COHÉSION SOCIALE
CITOYENNETÉ
RESPONSABILITÉ
CRÉDIBILITÉ

**La Radiotélévision de service public:
Une sélection de bonnes pratiques**

**Responsables éditoriaux
Indrajit Banerjee et Kalinga Seneviratne**



Responsable de projet et coordonnateur pour l'UNESCO : Vladimir Gai

Recherche : Venkat Iyer, Sundeep Muppidi, Claude Robinson, Andrew Taussig

Coordination de la recherche : Stephen Logan, AMIC

Commentaires, réactions et conseils : Evelyn S. Agato, Ariyaratne Athugala, Sigrid Baringhorst, Joseph Borg, Guillaume Chenevière, Marc Gruber, Karol Jakubowicz, Yesudhasan Thomas Jayaprakash, Vinaya Kasajoo, Umi Khattab, Srinivasan Kumar, Cheung kwai-yeung, Tai Kee Man, Marie A. Mater, Srinivas R. Melkote, Toby Mendel, Frank Morgan, Gareth Price, Dick Rooney, Werner Rumphorst, Elizabeth Smith, Kuniko Sakata Watanabe

Composition, photos et mise en page : Julie Pudlowski

Graphisme : Sophie Pontramier / BuBBLe Création

Impression : Assoun Distribution

Première édition 2005

Copyright © UNESCO

Copyright © cover photographs UNESCO

Tous droits réservés. La reproduction d'un extrait quelconque de ce livre, par quelque procédé que ce soit, tant électronique que mécanique, est interdite sans l'autorisation écrite de l'éditeur. Les organisations sans but lucratif peuvent cependant copier et distribuer librement des extraits de cette publication dans la mesure où elles n'en tirent aucun avantage financier.

Les appellations employées dans cette publication et la présentation des données qui y figurent n'impliquent de la part de l'UNESCO aucune prise de position quant au statut juridique des pays, territoires, villes ou zones, ou de leurs autorités, ni quant au tracé de leurs frontières ou limites.

Les auteurs sont responsables du choix et de la présentation des faits figurant dans cet ouvrage, ainsi que des opinions qui y sont exprimées, lesquelles ne sont pas nécessairement celles de l'UNESCO et n'engagent pas l'Organisation.

CI/COM/PSB/2005/VG1

DES MATIERES

<i>Avant-propos</i>	6
<i>Préface</i>	8
<i>Adhésions</i>	10
Chapitre 1 : Définition de la radiotélévision de service public	12
Chapitre 2 : Créer l'environnement propice à l'apprentissage des médias	28
Chapitre 3 : La radiotélévision de service public et le cadre législatif	46
Chapitre 4 : Favoriser la participation du citoyen	66
Chapitre 5 : Les réglementations et les codes de pratique: Promouvoir l'indépendance éditoriale et la transparence de la radiotélévision de service public	86
Chapitre 6 : Etablir les normes de la programmation de service public	100
Chapitre 7 : Les systèmes de financement de la radiotélévision de service public et leurs conséquences	130
Chapitre 8 : La radiotélévision de service public à l'heure du numérique	150

Le concept de société du savoir, dont l'UNESCO se fait le promoteur, offre une vision complète et détaillée (à travers tous les domaines d'activité de l'UNESCO), clairement orientée vers le développement. Il tient compte de la complexité et du dynamisme des tendances et des perspectives globales actuelles. Les sociétés du savoir requièrent une vision sociale qui donne la capacité d'agir et qui inclut la pluralité, l'inclusion, la solidarité et la participation. Basé sur les principes de liberté d'expression, d'accès universel à l'information et à la connaissance, de promotion de la diversité culturelle et d'accès égalitaire à une éducation de qualité, le concept de société du savoir est progressivement reconnu comme essentiel à l'atteinte des objectifs majeurs du développement.

Pour la majorité de la population mondiale, particulièrement pour ceux qui appartiennent aux groupes désavantagés, la radio et la télévision restent les moyens d'information et de communication les plus accessibles et les plus répandus. La radio continue d'être le médium de communication le plus largement accessible. L'UNESCO s'est engagée à promouvoir la radiotélévision de service public et à donner aux citoyens le pouvoir de participer activement au processus décisionnel. Il est de la plus grande importance que la radiotélévision de service public puisse servir toutes les populations en reflétant les besoins, les préoccupations et les attentes des différents auditoires quelque soit leur taille. La radiotélévision de service public est un instrument essentiel pour assurer la pluralité et l'inclusion sociale ainsi que pour renforcer la société civile. Dans ce sens, la mission de la radiotélévision de service public s'inscrit au cœur du développement durable, parce qu'elle donne aux populations le pouvoir de prendre des décisions éclairées vitales à leur propre développement.

Selon Susan V. Berresford, présidente de la Fondation Ford, « Le médium public a gagné la confiance du public. Il est un précurseur reconnu et il nous aide tous à comprendre les nouvelles réalités mondiales qui ont des conséquences sur notre société ainsi que les directions dans lesquelles notre pays influence les autres. Le médium public réussit bien cela et il a besoin de notre appui pour poursuivre ce rôle... Une société civile informée est vitale à la bonne gouvernance... et à une saine démocratie ».

Le rôle unique de la radiotélévision de service public, qui fournit un accès à l'information et à la connaissance à travers des contenus diversifiés et de qualité et qui favorise la libre circulation des idées et de l'information, est au cœur du mandat constitutionnel de l'UNESCO. L'UNESCO encourage donc l'indépendance éditoriale des diffuseurs publics qui leur permet de remplir leur rôle éducatif et culturel de manière crédible. Remplir ces rôles requiert la construction d'une alliance stratégique avec les responsables professionnels, les décideurs et la société civile ; ainsi que la sensibilisation des gouvernements et de l'opinion publique à la mission de la radiotélévision de service public.

La radiotélévision de service public est un des instruments les plus importants et les plus puissants pour promouvoir la participation des citoyens à la vie démocratique. Mais, il semble que le concept et l'idée de radiotélévision de service public soient souvent mal compris et quelques fois méconnus. Il y a donc un besoin critique de clarifier et de démystifier toute la gamme des concepts et des processus liés à la radiotélévision de service public en tenant compte des expériences internationales et des pratiques ayant données des résultats positifs.

Le but de cet ouvrage de référence, « La Radiotélévision de service public : une sélection de bonnes pratiques », est de fournir aux professionnels des médias, aux décideurs, aux étudiants et au grand public des informations significatives et utiles sur l'essentiel du concept de radiotélévision de service public en ce qui concerne les aspects légaux, réglementaires, financiers et sur les autres questions majeures retenues par la communauté internationale des professionnels des médias. Ce manuel traite des notions clés de la radiotélévision de service public telles que l'indépendance éditoriale, l'universalité, le financement sûr et libre de toute pression, la spécificité, la diversité, la représentativité, l'information impartiale, l'éducation et la connaissance, la cohésion sociale, la citoyenneté, la responsabilité envers le public et la crédibilité.

Je veux remercier l'Asian Media Information and Communication Centre (AMIC) qui, en étroite collaboration avec la Division du Développement de la Communication de l'UNESCO et en consultation avec les principales organisations professionnelles internationales et régionales, les unions de radiodiffusion et les experts, a rédigé une ébauche déjà très instructive. Ce texte de base a été par la suite développé et complété grâce à une conférence « en ligne ».

Je veux aussi remercier les organisations et les experts pour leur inestimable contribution à cet ouvrage de référence.

Mes remerciements très spéciaux vont à Madame Elizabeth Smith, Secrétaire général de la Commonwealth Broadcasting Association ; Monsieur Aidan White, Secrétaire général de la Fédération Internationale des Journalistes ; Monsieur Toby Mendel, Directeur du Programme de Droit de Article 19 ; et Monsieur Guillaume Chenevière, Président du Conseil mondial de la Radiotélévision qui ont fait sienne cette publication et nous ont fait part de leurs commentaires professionnels.

Dr Abdul Waheed Khan,
Sous-Directeur général pour la Communication et l'Information UNESCO

Cette publication sur les pratiques à succès de la radiotélévision de service public est le résultat d'une série de discussions, de conférences et de séminaires tenus au cours des dernières années sur le rôle et l'avenir de la radiotélévision de service public. Le principal élan donné à cette publication vient du secteur de la Communication et de l'Information de l'UNESCO, qui a établi les termes du mandat de cet ouvrage. L'UNESCO a estimé que, malgré le grand nombre de recherches, de publications et de conférences portant sur la radiotélévision de service public, il existe encore de profondes incompréhensions et des malentendus à propos de la mission, du mandat, du rôle, de la place, de la portée et du travail d'une véritable radiotélévision de service public. Même les personnes bien informées et les experts des médias utilisent souvent les termes de « service public » et de « radiotélévision d'état » comme des synonymes ou de façon interchangeable.

Ma propre expérience en tant que spécialiste des médias ainsi que de Secrétaire général de l'Asian Media Information and Communication Centre (AMIC) a confirmé ces observations. Nous sommes également d'accord pour dire que le vaste spectre des systèmes de radiotélévision de service public dans le monde ajoute aussi à la confusion. De plus, il y a très peu de publications qui font état de débats complets et détaillés sur les aspects fondamentaux et les caractéristiques des véritables systèmes de radiotélévision de service public, avec des exemples concrets de pratiques à succès dans les différents aspects et les diverses fonctions de la radiotélévision de service public.

L'équipe de l'AMIC, en étroite collaboration avec la division du développement de la communication de l'UNESCO, a préparé un répertoire détaillé incluant une description des contenus et une liste de ressources en termes d'experts et d'institutions, sur les conseils de l'UNESCO, dont l'apport à d'ailleurs été d'une grande valeur.

Les publications et les rapports les plus importants sur la radiotélévision de service public ont été choisis comme documents de référence en tenant compte des différents aspects de la radiotélévision de service public incluant l'indépendance éditoriale, les mécanismes de financement, les aspects légaux, la participation du citoyen ainsi que les normes et standards. Les rédacteurs ont utilisé ce matériel pour la préparation de chacun des chapitres en s'assurant que chaque section puisse présenter des exemples pertinents de tous les coins du monde.

Une fois la première version de ce manuscrit terminée, une conférence « en ligne » a été organisée au cours de laquelle les principaux experts et les institutions ont été invités à prendre connaissance des textes et à faire part de leurs remarques, commentaires et évaluations critiques sur chacun des chapitres. Le document a alors été parachevé en y incluant les remarques recueillies lors de la conférence « en ligne » et les apports de l'UNESCO et de ses experts.

Voilà donc l'origine de cette publication et le processus utilisé pour la préparation de ce manuscrit. Ce livre de référence n'a pas la prétention d'être une analyse qui fait autorité à propos de la radiotélévision de service public à travers le monde. Nous avons commencé avec le simple objectif d'ouvrir un débat sur ce qui peut être perçu comme les aspects clés et les caractéristiques d'une véritable radiotélévision de service public. Notre intention était d'identifier clairement les caractéristiques essentielles de la radiotélévision de service public et de les différencier de la radiotélévision d'état et des autres formes de diffusion tout en fournissant des exemples concrets de pratiques à succès dans les différents aspects de la radiotélévision de service public.

Si, grâce à cette publication, nous réussissons à éliminer la confusion qui persiste entre la radiotélévision de service public et les autres formes de diffusion, nos objectifs seront plus que remplis. Nous espérons aussi que les différents exemples de bonne gestion décrits dans cette publication serviront à inspirer les diffuseurs du service public et les citoyens du monde. Cette sélection de bonnes pratiques pourrait aussi contribuer modestement à aider les diffuseurs de radio et de télévision d'état qui tentent de transformer leur organisme en une véritable radiotélévision de service public. Enfin, et ce n'est pas le moindre, cette publication fait l'éloge de la radiotélévision de service public, une institution qui, partout dans le monde, contribue de façon exceptionnelle à notre lutte commune pour la démocratie, l'enrichissement culturel et la prise en main des leviers du pouvoir par le citoyen.

Dr. Indrajit Banerjee,
Secrétaire général AMIC

« L'environnement moderne de la radiodiffusion est caractérisé par une ironie apparente : l'explosion du nombre de canaux de diffusion disponibles aux auditeurs et aux téléspectateurs, et pourtant, le déclin général de la qualité, et même de la diversité, des contenus. Ce contexte offre une justification naturelle, presque une publicité, pour la radiotélévision de service public. Et pourtant, pour pousser l'ironie encore plus loin, dans plusieurs pays du monde, la radiotélévision publique est sur la défensive. Les raisons en sont diverses mais elles incluent une incessante ingérence des gouvernements qui prend souvent des formes nouvelles, une crise de confiance du public, un financement de base décroissant, une concurrence agressive et hautement compétitive des diffuseurs commerciaux et un environnement néo-libéral hostile à toute forme de service public.

Nous constatons un appui mondial croissant à la radiotélévision de service public. La publication, commanditée par l'UNESCO, *La radiotélévision de service public: Une sélection de bonnes pratiques*, apporte une importante contribution à ce mouvement en procurant aux lecteurs une profusion d'exemples de pratiques à succès et de solutions innovatrices aux problèmes auxquels la radiotélévision de service public est confrontée. Il sera une référence particulièrement utile à ceux qui souhaitent apporter une contribution pratique dans ce domaine. »

Toby Mendel, ARTICLE 19

« Voici une magnifique compilation de toute l'information relative à la radiotélévision de service public. Cette sélection de bonnes pratiques va du rôle essentiel du service public, au savoir faire et à l'importance des lignes directrices, en passant par le rôle des groupes de pression, les aspects légaux, la régulation, les normes, le financement et l'avenir de la radiotélévision de service public à l'ère du numérique.

Ce guide est bien documenté, complet, détaillé et, par-dessus tout, il montre l'importance de ce secteur et comment il évolue dans son rôle traditionnel en développant simultanément de nouvelles voies, par exemple en offrant des sites « web » dignes de confiance. Il propose des modèles à succès encourageants pour les organismes qui luttent pour leur survie. C'est un guide de référence essentiel pour tous ceux qui oeuvrent dans le domaine des médias. »

Elizabeth Smith, Commonwealth Broadcasting Association

« Bien qu'il n'y ait pas de modèle unique de radiotélévision de service public, nous partageons tous certaines valeurs auxquelles nous croyons :

La radiotélévision de service public concerne les gens. Elle offre des programmes à un public national, incluant toutes les minorités et les différents secteurs de la société qui très souvent ne sont pas satisfaits par la diffusion commerciale. Elle fonctionne à l'intérieur d'une structure de gestion transparente et responsable et elle est financée par des fonds publics ;

La radiotélévision de service public, toutes formes de médias confondues, assure la qualité, la fiabilité et l'indépendance. Elle offre une large variété d'opinions que ce

soit en éducation, nouvelles et information ou dans sa programmation culturelle et de divertissement, et cela dans des contenus éthiques, professionnels et sensibles aux besoins et aux valeurs des citoyens ;

Enfin, la radiotélévision de service public établit aussi les normes en matière de justice au travail, de justice sociale et de protection des journalistes et de tous ceux qui oeuvrent dans l'industrie.

Ces trois aspects sont essentiels non seulement dans les pays qui luttent pour la création d'authentiques médias publics, mais aussi dans les pays où la radiotélévision de service public existe et où elle est considérée comme un modèle depuis des décennies. La Fédération Internationale des Journalistes fait de cette question une priorité dans ses campagnes de promotion et ses projets dans différentes parties du monde.

Ce guide est une ressource précieuse pour les journalistes, les travailleurs des médias, les acteurs sociaux, les décideurs et les étudiants : tous ceux qui ont besoin d'une information digne de foi pour leur travail. »

Aidan White, Fédération Internationale des Journalistes

« Cette sélection de bonnes pratiques arrive au bon moment et il sera de la plus grande utilité pour les diffuseurs, pour la société civile, pour les législateurs, les cercles politiques et les autres acteurs qui reconnaissent la contribution essentielle des médias électroniques au développement social et démocratique. Non seulement la radiotélévision de service public n'est pas obsolète au XXIème siècle, mais il lui reste encore à démontrer son véritable potentiel.

Comme le fait remarquer à juste titre le sociologue français Dominique Wolton, la radio et la télévision ont cette capacité unique de mettre les gens en contact avec des visions du monde, des normes éthiques et des styles de vie qui leur sont étrangers sans se sentir menacés. Ce remarquable pouvoir doit être développé et largement utilisé de façon à permettre un véritable dialogue entre les sociétés, les cultures et les religions que la mondialisation met en étroite relation.

L'ère de l'Information a aussi besoin de quelque chose que seulement la radio et la télévision peuvent fournir : que tous les hommes et les femmes des quatre coins du monde aient accès à une interprétation crédible et factuelle du monde dans lequel ils vivent aux niveaux local, national et mondial. Pour atteindre ces objectifs élevés, indispensables à un développement pacifique et durable, les forces du marché ne suffisent pas. La radiotélévision de service public est l'outil essentiel mais complexe à développer.

Ce guide de référence explore les moyens et les ressources pour mettre en place une radiotélévision de service public. Il rassemble les exemples de pratiques réussies partout dans le monde, il dresse la liste des sites « web » utiles et il indique quelques pièges à éviter. C'est une lecture obligatoire. »

Guillaume Chenevière, Conseil Mondial de la Radiotélévision

1.1 INTRODUCTION

Pour la majorité de la population mondiale, analphabètes et habitants de vastes régions rurales la radio et la télévision restent les Technologies de l'information et de la communication (TIC) les plus accessibles et les plus répandues, surtout la radio qui reste le principal moyen de communication.

Avec la progression rapide des technologies numériques de communication dans les années quatre-vingt-dix : la convergence de la diffusion, des télécommunications et de l'informatique a révolutionné la manière de recevoir et d'utiliser les services de radio et de télévision. Cette évolution a accru, de façon spectaculaire, la vitesse à laquelle ces services peuvent être reçus et elle a, dans plusieurs cas, rendu moins chère la réception d'un nombre toujours croissant de chaînes.

Le paysage de la radiotélévision a connu des changements dramatiques au cours des deux dernières décennies. Dans la plupart des pays, il existe des modèles mixtes de diffusion où cohabitent les chaînes d'état, ou les chaînes publiques, à côté des entreprises de diffusion entièrement commerciales. Les sociétés de diffusion privées se sont multipliées, autant sur le plan national qu'international, grâce à l'utilisation des systèmes de transmission par câble et par satellite. Il devient de plus en plus évident que, dans cette poursuite aveugle du profit, la diffusion commerciale a souvent détourné les médias de leur objectif premier, qui est l'intérêt public, vers le divertissement à l'état pur. Pourtant, nulle part la radiotélévision de service public n'est dépassée, et la dualité des systèmes offre souvent le meilleur environnement médiatique.

Il est clair que dans un paysage audiovisuel mondial, pris entre le modèle étatique où l'élite politique dirigeante exerce une domination sur la radiotélévision afin de raffermir son emprise sur le pouvoir politique, et le système commercial, qui ne tient compte que de la logique du profit et des revenus publicitaires, la seule façon de protéger et de promouvoir l'intérêt public passe par un renforcement de la radiotélévision de service public. Les récents développements, dans le domaine de la radiodiffusion à travers le monde, nous amènent à l'inévitable prise de conscience que la radiotélévision de service public est plus pertinente que jamais et qu'il est urgent de soutenir et de renforcer les institutions de radiotélévision de service public et leurs pratiques pour sauvegarder l'intégrité et l'intérêt du « citoyen ».

Toutefois, la radiotélévision publique est confrontée à un environnement radicalement nouveau qui présente de nombreux défis à son fonctionnement. **Marc Raboy⁽¹⁾ souligne trois ensembles de développements parallèles qui caractérisent le nouvel environnement de la diffusion :**

a) L'explosion du nombre de chaînes et la disparition des frontières audiovisuelles rendues possibles par les nouvelles technologies.

b) La désintégration du modèle de la radiotélévision d'état avec l'effondrement du bloc socialiste et les avancées de la démocratisation dans différentes parties du monde.

c) La recrudescence des marchés de diffusion et l'introduction de systèmes mixtes de radiotélévision dans des pays ayant connu jusqu'alors des monopoles de service public.

Toutes les radiotélévisions de service public doivent donc composer avec ce nouvel environnement de la diffusion. L'objectif de cette publication est d'encourager la radiotélévision de service public à progresser, non pas en s'attardant à ses défauts, mais en montrant comment les défis posés à la radiotélévision de service public peuvent être surmontés grâce aux bonnes pratiques qui existent déjà ou à de nouveaux modèles innovateurs à venir ou encore à de nouvelles structures de programmation ou de financement.

ENCADRÉ 1.1

« La radiotélévision de service public a un rôle important à jouer comme moyen d'accès et de participation à la vie publique. Dans les pays en développement surtout, la radiotélévision de service public peut contribuer à faciliter l'accès à l'éducation et à la culture, à développer les connaissances et à susciter des interactions entre citoyens. Pour la majorité de la population du globe, analphabètes et habitants de vastes régions rurales, la radio et la télévision restent les TIC les plus répandues et les plus à leur portée – surtout la radio, qui est le principal moyen de communication. L'UNESCO s'emploie à soutenir et à promouvoir la radiotélévision de service public, qui s'adresse plus au citoyen qu'au consommateur, touchant toutes les populations et les groupes particuliers, et concourant ainsi à l'insertion sociale et à la cohésion de la société civile. » La stratégie de l'UNESCO « vise à accroître le rôle de la radiotélévision de service public en tant que service dont la spécificité est d'offrir un accès universel à l'information et à la connaissance par des programmes de qualité et diversifiés, répondant aux besoins, aux préoccupations et aux aspirations des différents groupes cibles.

- Programme et budget approuvés 2004-2005, 32ème session de la Conférence générale de l'UNESCO, 2003

1.2 DEFINITIONS DE LA RADIOTELEVISION DE SERVICE PUBLIC

Puisque la portée globale de l'expérience de la radiotélévision de service public est si variée et complexe, il n'y a pas de norme d'excellence de la radiotélévision de service public, mais, il y a certaines caractéristiques et certains mécanismes qui ont une grande validité et qui méritent d'être étudiées par ceux qui s'intéressent à sa mise en place. Compte tenu de

la variété des environnements politiques, technologiques et économiques de chaque nation, la radiotélévision de service public a pris différentes formes et suivi différents modèles.

Il est important de noter que les modèles de la radiotélévision de service public ont été développés essentiellement à cause des faiblesses inhérentes aux deux systèmes de diffusion dominants – le modèle de radiotélévision étatique et le modèle commercial orienté sur le profit. Quant au modèle de service public, s’il découle de la vision que certains se faisaient de la radio, il s’est aussi bâti sur une double méfiance : méfiance quant à la capacité des mécanismes du marché à assurer la réalisation de certains objectifs ; méfiance aussi quant à la capacité de l’Etat à atteindre ces mêmes objectifs, généralement regroupés autour des fonctions générales qu’on définit encore aujourd’hui pour la radiodiffusion publique : informer, éduquer et divertir. La vision que l’on se faisait de son rôle et de son importance imposait d’en faire une entreprise publique, au service des citoyens, de la culture et de la démocratie. ⁽²⁾

Dans certains pays, on rejeta donc l’idée que l’intérêt public, en radiodiffusion, puisse concorder avec les intérêts particuliers d’entreprises privées cherchant d’abord la rentabilité de leurs activités. Mais on ne se méfiait pas que du marché dans ces pays, on se méfiait aussi de l’Etat. En raison du potentiel de la radio sur les plans social, culturel et politique, on considéra que la participation trop directe de l’Etat dans un domaine lié plus largement à la pensée et à l’expression n’était pas souhaitable.

ENCADRÉ 1.2

Ni commerciale, ni étatique, la radiotélévision publique trouve sa raison d’être dans le seul accomplissement du service public. C’est la radiotélévision du public ; elle s’adresse à chacun en tant que citoyen. Elle encourage l’accès et la participation à la vie publique. Elle développe les connaissances, élargit les horizons et permet à chacun de mieux se comprendre en comprenant le monde et les autres.

La radiotélévision publique se définit comme un lieu de rencontre où tous les citoyens sont invités et considérés sur une base égalitaire. C’est un outil d’information et d’éducation, accessible à tous et s’adressant à tous, indépendamment du statut social ou économique des uns et des autres. Son mandat ne se limite pas à l’information et au développement culturel. La radiotélévision publique doit aussi meubler l’imaginaire et divertir. Mais elle le fait avec un souci de qualité qui doit la distinguer de l’audiovisuel commercial.



ENCADRÉ 1.2 (SUITE)

Parce qu'elle n'est pas soumise aux impératifs de la rentabilité, la radiodiffusion publique doit faire preuve d'audace et innover, en courant des risques. Et lorsqu'elle réussit à développer des genres ou des idées qui font leur marque, elle peut imposer des standards élevés aux autres chaînes, auxquelles elle donne alors le ton. Pour certains, l'importance du diffuseur public est telle qu'ils écriront, comme le fait le Britannique Anthony Smith en parlant de la British Broadcasting Corporation – perçue par plusieurs comme le berceau du service public – qu'elle a « probablement été le plus important des instruments de démocratie sociale du siècle ».

**- La Radiotélévision publique : Pourquoi ? Comment ?
UNESCO/CMRTV, 2001**

Il est tout d'abord important de souligner le fait que les systèmes de radiotélévision d'Etat ne peuvent pas être considérés comme de la radiotélévision de service public. Il y a une idée largement répandue que la radiotélévision de service public et la radiotélévision d'Etat sont synonymes. Cette erreur d'interprétation vient du fait qu'il existe très peu de pays qui ont une véritable radiotélévision de service public et que la plupart des pays du monde sont en effet dotés d'un système de radiotélévision d'Etat. De plus, lorsqu'on la compare à la radiotélévision commerciale, la radiotélévision d'Etat est perçue comme étant davantage orientée vers le service public, ce qui conduit à cette confusion habituelle entre la radiotélévision de service public et les systèmes de radiotélévision d'Etat.

Bien que les systèmes de radiotélévision d'Etat s'acquittent de certains services publics, leur contrôle par les gouvernements, les modèles de financement, le manque d'indépendance et d'impartialité tant au niveau de la programmation que de la gestion les empêchent d'être identifiés comme radiotélévision de service public. En conséquence, et comme nous l'avons dit, bien que les diffuseurs aient des activités de service public, ils ne peuvent être définis comme de réelles radios et télévisions de service public parce qu'ils n'en remplissent pas les exigences. Par ailleurs, il est aussi important de rappeler que la radiotélévision communautaire, même si elle s'acquitte de certaines charges habituellement remplies par la radiotélévision de service public, ne remplace pas un véritable service de radiotélévision de service public qui jouit d'une perspective plus large et d'une portée nationale.

ENCADRÉ 1.3

La radiotélévision de service public est un concept unique. Bien qu'il soit facile à comprendre, il est plus souvent qu'autrement mal compris, quelques fois profondément, quelques fois intentionnellement. Certaines langues n'ont même pas de terme qui corresponde pleinement au mot anglais « public », et la traduction la plus proche semble lui conférer la notion « d'état/gouvernement/officiel ». Dans les pays qui ont connu une tradition de radiodiffusion étatique, cette barrière constitue un premier obstacle à une compréhension claire de la nature réelle de la radiotélévision de service public (qui est tout sauf une radiodiffusion étatique, gouvernementale ou officielle).

*- Loi modèle de la radiotélévision de service public,
Werner Rumphorst, UIT/UER/UNESCO, 1998*

Dans le but de comprendre de façon complète, détaillée et opérationnelle ce qui constitue une véritable radiotélévision de service public, il est peut-être utile de se référer à quelques-unes des différentes définitions qui ont été avancées par les organisations et les commissions partout dans le monde. **Les facteurs suivant pourraient être pris en compte afin de juger si un système de radiotélévision de service public joue le rôle qu'on attend de lui :**

- a) L'universalité : La radiotélévision publique doit être accessible à tous les citoyens sur le territoire national. C'est un objectif profondément égalitaire et démocratique dans la mesure où il met tous les citoyens sur le même pied indépendamment de leur statut social ou leurs revenus. Il impose au service public de s'adresser à l'ensemble de la population et à chercher à être « utilisé » par le plus grand nombre possible.

- b) La diversité : Le service offert par la radiotélévision publique doit être diversifié, et ce, d'au moins trois façons. Diversité des genres d'émissions proposées, des publics visés et des sujets traités. Le service public doit refléter la diversité des intérêts du public en offrant une programmation qui comportent différents genres d'émissions, des bulletins de nouvelles aux émissions plus légères. Certaines émissions peuvent ne s'adresser qu'à une partie du public, dont les attentes sont diverses. Le service public vise à toucher, en bout de ligne, l'ensemble du public, non pas par chacune mais par l'ensemble de ses émissions et leur diversité. Enfin, par la diversité des sujets qu'elle aborde dans ses émissions, la radiotélévision publique peut aussi chercher à répondre aux intérêts variés du public et refléter par le fait même l'éventail des débats qui ont cours dans la société. Diversité et universalité se complètent en ce que la production d'émissions destinées tantôt aux jeunes, tantôt aux gens plus âgés, tantôt à tel autre groupe du

public fait en sorte que tous seront intéressés par le service public de radiotélévision.

c) L'indépendance : Le service public est un lieu où les idées doivent s'exprimer en toute liberté, un forum où circulent l'information, les opinions et la critique. Cela n'est possible que si l'on préserve l'indépendance – donc la liberté – de la radiotélévision publique face aux pressions commerciales ou au pouvoir politique. Que l'information diffusée par le service public soit associée aux volontés du pouvoir, et le public n'y croira plus. Que le programme offert par le service public soit conçu selon des impératifs commerciaux, et le public ne comprendra pas pourquoi on lui demande de financer un service dont les émissions ne se distinguent pas suffisamment des services fournis par les radiotélévisions privées.

d) La spécificité : Cette exigence de spécificité commande que le service offert par la radiotélévision publique se distingue des autres services de radiodiffusion. Devant la programmation du service public, la qualité et le cachet particulier de ses émissions, le public doit reconnaître ce qui distingue ce service des autres services qu'on lui offre. Il ne s'agit pas, pour la radiotélévision publique, de ne produire que les genres d'émissions qui n'intéressent pas les autres services, ni de s'adresser uniquement aux publics que les autres négligent, en traitant seulement les sujets que les autres ignorent. Il s'agit, sans exclusion de genres, de faire les choses de façon différente. Ce principe doit amener la radiotélévision publique à innover, à créer de nouveaux créneaux, de nouveaux genres, à jouer un rôle de locomotive dans l'univers audiovisuel en entraînant les autres radiotélévisions dans son sillon. (3)

La Commission indépendante sur la télévision du Conseil de l'Europe, en 2004, a défini une chaîne de service public comme celle qui réunit la plupart ou l'ensemble des critères suivants :

- > Un large éventail de programmes satisfaisant une diversité de goûts et d'intérêts et qui tienne compte des horaires de programmes ;
- > Un haut niveau de qualité technique et de standards de production, faisant la démonstration évidente de la qualité de ses ressources, de sa spécificité et de son caractère innovateur, faisant un usage important des nouveaux médias pour appuyer le rôle éducatif de la télévision ;
- > Des émissions destinées aux minorités (culturelles, linguistiques et sociales) et répondant à d'autres besoins et d'autres intérêts spécifiques, particulièrement dans le domaine de l'éducation en offrant des émissions pour les écoles et pour les personnes handicapées ;
- > La prise en compte des intérêts régionaux et des intérêts des communautés, ainsi que la représentation de la réalité des régions sur tout le territoire national ;
- > L'affirmation de l'identité nationale, en étant une « voix de la nation », le lieu où les gens se retrouvent à l'occasion d'événements nationaux ;
- > Un nombre important de productions originales présentées en première diffusion ;

- > Une volonté évidente de prendre des risques au niveau de la création, de stimuler le téléspectateur, d'être un complément aux autres chaînes de service public et aux autres chaînes purement commerciales ;
- > Une grande indépendance et une impartialité démontrées, des informations dignes de confiance offrant un lieu de débat public et assurant la pluralité des opinions et un électorat informé ;
- > Une couverture universelle ;
- > Un nombre limité des créneaux publicitaires (un maximum de sept minutes par heure durant toute la journée) ;
- > Abordable – gratuit ou à des coûts la rendant accessible à la vaste majorité des gens.

Ces critères s'appliquent non seulement aux diffuseurs européens mais, comme le démontrent les exemples cités dans les chapitres suivants, ils sont universels.

Dans son discours sur la radiotélévision de service public prononcé à l'occasion du Forum mondial des médias électroniques à Genève en 2003, le Dr. Abdul Waheed Khan, Sous-Directeur général de l'UNESCO pour la Communication et l'Information disait, en se référant à la Constitution de l'UNESCO, que « c'est seulement dans la poursuite inlassable de la vérité objective et dans le libre circulation des idées et de la connaissance que nous pouvons arriver à la paix sur la scène internationale, à l'entente et au développement durable ».

Le Dr. Khan rappelle que dans le monde d'aujourd'hui, compte tenu de l'interaction actuelle des principaux facteurs technologiques, commerciaux, politiques et culturels, quand les intérêts commerciaux et les ingérences politiques remettent violemment en question le domaine de la diffusion, la radiotélévision de service public s'impose comme un point de repère.

Il répète que la radiotélévision de service public devrait avoir pour objectif de démontrer constamment sa capacité à devenir la voix de la société, en garantissant un accès égalitaire à un large éventail d'idées et en permettant la rencontre des intérêts communs qui forment la volonté publique. Elle devrait, de façon toute particulière, donner le ton en suscitant auprès des citoyens des débats sur les enjeux sociopolitiques vitaux.

1.3 LES RECOMMANDATIONS ET LES DECLARATIONS

INTERNATIONALES SUR LA RADIOTELEVISION DE SERVICE PUBLIC

Au cours des récentes années, un nombre important de conférences, ateliers et séminaires, ont été organisés par l'UNESCO, en particulier, mais aussi par plusieurs organisations internationales de médias et par des structures politiques, afin de débattre des défis auxquels est confrontée la radiotélévision de service public. On a notamment traité de l'abaissement du niveau des émissions éducatives et d'information en raison de la multiplication de la radiotélévision commerciale à travers le monde. On doit toutefois ajouter que les manœuvres gouvernementales et industrielles, le manque de vision et d'ambition à long terme de la part même des radios et des télévisions de service public, les changements de comportement de la société et les rapides innovations technologiques, jouent aussi un rôle dans ce contexte.

Nous sommes de plus en plus conscients, à travers le monde, d'être confrontés à une érosion progressive du domaine public. La programmation offerte par les diffuseurs commerciaux est dictée par un objectif et une ambition unique : maximiser les revenus, notamment publicitaires, en ciblant le public le plus large possible à travers des contenus sensationnalistes, populaires et attractifs sans aucune considération pour l'intérêt public. Cette situation a soulevé une inquiétude à l'échelle de la planète : si quelque chose n'est pas fait de façon urgente pour endiguer ce déclin progressif de la qualité de la diffusion, la qualité de la démocratie, de l'éducation et de la capacité du citoyen à exercer ses droits seront menacés.

Vous trouverez ci-dessous la liste des déclarations et des recommandations faites par les institutions et les conférences internationales visant à améliorer la qualité de la radiotélévision de service public et à encourager son développement dans les pays qui sont en train d'abandonner leur système de radiotélévision d'Etat pour adopter un autre système.

1.3.1 Campagne en faveur de la radiotélévision de service public pour tous :

La Fédération Internationale des Journalistes (FIJ) a lancé en 2001 une campagne mondiale afin de défendre les services publics de radio et de télévision. La campagne a pour but de promouvoir les valeurs du service public, l'indépendance éditoriale, la programmation de qualité et les structures administratives démocratiques et responsables. Cette campagne œuvre à la construction d'une solidarité sur une grande échelle et la FIJ coordonne les discussions avec les organisations internationales et les autres groupes intéressés par les médias.

Dans le cadre de cette campagne, la FIJ a tenu de nombreuses conférences à travers le monde, telles que « The Challenge of Public Broadcasting in Asia », conférence tenue à Colombo en décembre 2003. Les associations et les syndicats de journalistes de 13 pays asiatiques ont participé à cette conférence, à la fin de laquelle fut publiée une « Déclaration de Colombo » qui reconnaît le besoin d'avoir des syndicats de journalistes et de travailleurs des médias forts et indépendants afin de jouer un rôle vital dans le développement de médias de service public indépendants.

Le 25 janvier 2005, la Fédération Européenne des Journalistes (FEJ) a demandé aux politiciens, aux autorités publiques et aux groupes de la société civile d'appuyer un manifeste en faveur des valeurs de service public afin de défendre le modèle européen de radiotélévision de service public. Dans une déclaration, la FEJ affirme que 2005 sera une année clé dans le combat mené pour la défense de la radiotélévision publique qui fait face à de nouvelles menaces du côté de la libéralisation du secteur et du développement de la communication politique qui essaie de manipuler l'opinion publique.

La FEJ pense que les valeurs clés qui ont fait de l'Europe le fer de lance du service public audiovisuel se trouvent menacées par des ingérences politiques et corporatistes. Selon la FEJ, « les pressions grandissantes sur les finances publiques et la libéralisation du commerce ont eu un impact négatif sur les médias partout en Europe ». Les groupes de médias privés, cherchant désespérément à augmenter leur part de marché et leurs bénéfices commerciaux, veulent mettre un terme à tout financement public dans le secteur de la radio et de la télévision. « Si cela se produit, la démocratie européenne en sortira perdante et la qualité en souffrira, » déclare la FEJ.

La FEJ appelle les partis politiques et les parlements nationaux européens à adopter un manifeste en faveur des valeurs de service public en réaffirmant à nouveau l'importance des points suivants :

- > **Accès** pour tous à des programmes variés et de haute qualité, fournissant des nouvelles et de l'informations impartiales ainsi que des programmes qui ne soient pas sujets à des pressions politiques ou commerciales ;
- > **Pluralisme et qualité**, de même qu'une voix pour toutes les composantes de la société ;
- > **Propriété** dans le domaine public et une gestion transparente et responsable envers le public ;
- > **Financement** qui garantisse la liberté vis-à-vis du contrôle commercial et politique et comprenne une redevance ou toute autre forme de financement public indépendant sans possibilité de manipulation politique.
- > **Équité** au travail, justice sociale et protection des droits pour les journalistes et pour tous ceux qui travaillent dans le secteur.

Pour complément d'information : <http://www.save-public-broadcasting.org>, www.ifj-europe.org

des organismes de régulation, les organisations régionales de médias, les experts en médias et les autres partenaires régionaux intéressés étaient au nombre des participants. La rencontre a donné lieu à un débat sur le besoin d'une réforme de la radiotélévision de service public en Afrique de l'Ouest afin de refléter et de soutenir les nouvelles pratiques démocratiques et de permettre une participation de la population aux affaires publiques.

La déclaration de la conférence comprend des recommandations sur le statut et le mandat des organisations de radiotélévision de service public, l'indépendance des structures de régulation, le principe de l'indépendance éditoriale, et l'obligation pour la Radiotélévision de service public de s'assurer que le public reçoive une information adéquate et impartiale, spécialement en période électorale.

Pour complément d'information : <http://www.article19.org/docimages>

1.3.5 Les recommandations d'Almaty :

L'Asian Institute for Broadcasting Development (AIBD) et la Frederich Ebert Stiftung ont organisé un séminaire sur la radiotélévision de service public dans les républiques d'Asie Centrale en février 2003, à Almaty au Kazakhstan.

Le séminaire portait sur le rôle de la radiotélévision de service public dans le développement de la démocratie en Asie Centrale avec l'objectif de construire une société civile informelle qui reconnaît le pluralisme et l'importance d'une identité et d'une culture nationales.

Les participants au séminaire ont considéré que la radiotélévision de service public était un moyen nécessaire, puissant et efficace pour soutenir le potentiel éducatif et culturel de la population, et pour lui fournir une information fiable et objective. Dans ce contexte, quelques-unes des recommandations des participants sont venues appuyer l'idée que la radiotélévision de service public devrait être encouragée, promue et popularisée auprès de la population et des autorités en tant qu'organisme indépendant de diffusion.

Pour complément d'information :

http://portal.unesco.org/ci/en/ev.php-URL-ID=14213&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html

1.3.6 Déclaration de Bangkok :

La première Conférence des Ministres de l'Information et de la Radiodiffusion en Asie et au Pacifique a été organisée par l'Asia Pacific Institute for Broadcasting Development (AIBD) à Bangkok les 27 et 28 mai 2003. Elle a pris la forme d'un débat thématique et d'une réunion préparatoire régionale pour le Sommet mondial sur la société de l'Information, à Genève en 2003.

La conférence a adopté un certain nombre de recommandations sur la radiotélévision de

service public et sur son rôle ainsi que des lignes directrices s'adressant aux autorités gouvernementales concernant la législation de la radiotélévision de service public et le rôle du parrainage sur la radiotélévision de service public.

Pour complément d'information :

<http://www.mcot.org/specialevent/index2.html>; <http://www.aibd.org.my/>

1.3.7 Déclaration d'Amman :

Un atelier régional sur « La radiotélévision de service public et la société civile dans la région arabe » a été organisé par l'UNESCO en collaboration avec la Fédération internationale des Journalistes, Article 19, l'Arab States Broadcasting Union (ASBU) à Amman, en Jordanie, du 15 au 17 juillet 2003 dont l'objectif principal était de partager les expériences et l'expertise afin promouvoir le concept de radiotélévision de service public.

Cet atelier a aussi adopté un certain nombre de déclarations et de recommandations visant à encourager le développement des radios et télévisions de service public « dans tous les pays de la région, comme un élément important de la société et de la participation du citoyen à la vie publique et au développement démocratique durable. »

Pour complément d'information :

http://portal.unesco.org/ci/en/ev.php-URL-ID=14213&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html



1.3.8 Les activités de l'AIBD :

L'Asian Pacific Institute for Broadcasting Development a organisé un certain nombre d'activités afin de promouvoir la radiotélévision de service public dans la région et ailleurs, en collaboration avec les organisations régionales intéressées. En 2004 et 2005, l'AIBD était un des coorganisateur de l'Asia Media Summit. Des dizaines d'ateliers de formation et des séminaires sur les aspects légaux, administratifs et financiers de la radiotélévision de service public ont traité de ses principales caractéristiques : un service qui appartient, est financé et contrôlé par le public et qui offre une programmation servant l'intérêt public. On a aussi débattu du besoin de convaincre les décideurs, les agents politiques, les législateurs, les régulateurs et les opérateurs de l'importance du service public. Ces ateliers ont débouché sur plusieurs recommandations notamment celle voulant que les gestionnaires adoptent de nouvelles techniques de management et de nouveaux standards dans le meilleur intérêt de la radiotélévision de service public et qu'ils étudient la possibilité d'introduire un « processus de certification de qualité ». Une autre recommandation proposait de garantir à la radiotélévision de service public le droit d'adopter de nouvelles technologies telles que les services « en-ligne ». Les radiotélévisions de service public devraient utiliser les nouvelles technologies d'information et de communication comme des services à valeur ajoutée conformément au mandat et au rôle de la radiodiffusion de service public.

Pour complément d'information : <http://www.certimedia.org/news.htm>;
<http://www.aibd.org.my>

Avec des principes et des définitions aussi clairement énoncés sur les caractéristiques essentiels, le rôle, la fonction et les mécanismes de financement de la radiodiffusion de service public, le défi pour la communauté internationale est de trouver la motivation et l'encouragement nécessaires pour mettre sur pied, maintenir et développer une radiotélévision de service public viable à travers le monde.

Les chapitres à venir présenteront quelques pratiques à succès dans le domaine de la radiotélévision de service public qui, nous l'espérons, inspireront ceux qui se sont engagés dans la mise sur pied de véritables services de radiotélévision publique libres de toute ingérence commerciale et gouvernementale.

1.4 RESOURCES

1.4.1 Publications

- > Abramian, D.: *The decline and fall of public service broadcasting*, Cambridge, Mass., Etats-Unis, 2001.
- > Blumler, J.: *Public service broadcasting before the commercial deluge: Television and the Public Interest*, Sage, Londres, 1992, pp. 7-21.
- > Union européenne: *La Commission clarifie les règles d'application de l'aide de l'Etat à la radiotélévision de service public*, Union européenne, Bruxelles, Belgique, 17 octobre 2001.
- > Holland, P. : *Conceptual Glue : Public service broadcasting as practice, system and ideology*, document présenté à la conférence "Television in transition" du MIT, MIT, Massachusetts, Etats-Unis, 2003.
- > Khan, A.W. : *remarques d'ouverture au « Forum mondial des medias électroniques , workshop on PSB»*, Genève, Suisse, 11 décembre 2003.
- > McChesney, R.: *The mythology of commercial broadcasting and the contemporary crisis of public broadcasting*, University of Wisconsin, Etats-Unis, 1997.
- > Mendel, T.: *Public Service Broadcasting Organisations*, Article 19, Londres, Royaume-Uni, 2000.
- > Mendel, T. : *Public Service Broadcasting, a comparative Legal Survey*, AIBD, Kuala Lumpur, Malaisie, 2000.
- > Mooney, P.: *Public service broadcasting. Report by the Committee on Culture, Science and Education*, Assemblée parlementaire du Conseil de l'Europe, Bruxelles, Belgique, 2004.
- > Raboy, M.: *The world situation of Public Service Broadcasting*, in *Public Service Broadcasting in Asia: Surviving in the new information age*, AMIC, Singapour, 1999.
- > Raboy, M.: *Public Broadcasting for the 21st century*, Academia Monograph 17, University of Luton Press, Royaume-Uni, 1996.
- > Stevenson, N.: *Understanding Media Cultures*, Sage, 2002.
- > Tongue, C. *The future of public service television in a multi-channel digital age, rapport du Comité sur la culture, la jeunesse, l'éducation et les médias de l'Union européenne. Tiré de www.poptel.org.uk/carole-tongue/pubs/psb_b.html*, 1996.
- > UNESCO : *La Radiotélévision de service public : dimensions culturelles et éducatives*, UNESCO, Paris, France, 1995.
- > Wolton, D. : *L'audiovisuel public en danger, Les rapports du sénat no. 162*, Paris, France. 1999-2000.
- > CMRTV, *La radiotélévision publique : Pourquoi ? Comment ? UNESCO, Paris. 2001.*

1.4.2 Sites web :

- > African Charter on Broadcasting : <http://www.africafilmtv.com/pages/charter.htm>
- > Article 19: <http://article19.org>
- > Asia Pacific Institute for Broadcasting Development: <http://www.aibd.org.my/>
- > European Federation of Journalists: www.ifj-europe.org
- > Déroulement de la première conférence des ministres de l'Information et de la Radiodiffusion en Asie-Pacifique, Bangkok, Mai 2003:
<http://www.mcot.org/specialevent/index2.html>
- > Public Broadcasting for All, International Federation of Journalists :
<http://www.save-public-broadcasting.org>
- > Public Service Broadcasting in Europe: www.mediator.online.bg/eng/broadc.html
- > Public Service Broadcasting: www.museum.tv/archives/etv/P/htmlP/publicserviceb/publicserviceb.htm
- > Rapport de l'atelier sur la radiotélévision de service public, Patan, Népal, mai 2000:
<http://www.panos.org.np/resources/reports/psb.htm>
- > The Southern African Broadcasting Association : <http://www.saba.co.za>
- > The European Institute for the Media:
<http://www.eim.org/ComPol/Projects/print.content.php?ID=2>
- > The Report on the Review Committee on the Working of Pasar Bharati:
<http://www.scatmag.com/govt%20policies/rcpbl.htm>
- > Site de l'UNESCO sur la radiotélévision de service public:
<http://portal.unesco.org/ci/en/ev.php>
- > Charte de Windhoek sur la radiodiffusion en Afrique :
<http://www.article19.org/docimages/1019.htm>

Notes

- (1) Raboy, Marc: **The world situation of Public Service Broadcasting, Public Service Broadcasting in Asia: Surviving in the new information age**, Ch1, AMIC, Singapore, 1999.
- (2) CMRTV, **La radiotélévision publique: Pourquoi? Comment ?** UNESCO, Paris, 2001.
- (3) Ibid.
- (4) **Traité d'Amsterdam amendant le Traité sur l'Union Européenne, les traités établissant les Communautés européennes (10 novembre 1997). Extrait le 1er juin 2005 de <http://europa.eu.int/eur-lex/lex/en/treaties/dat/11997D/htm/1197D.html>**



2.1 INTRODUCTION

En définissant la radiodiffusion de service public, dans le chapitre précédent, nous avons admis que la croyance en des principes de bonne gouvernance, de respect des droits humains et de participation éclairée du citoyen aux affaires qui le concernent fait partie intégrante de la radiotélévision de service public. Dans ce monde, devenu village global, submergé d'informations trop souvent proches du divertissement, et par nature individualiste, la radiotélévision de service public doit se distinguer par la qualité et par la sûreté de ses sources d'information et elle doit devenir une référence. Réussir cela, sans être tendancieux ou étroit d'esprit, est une tâche stimulante et, dans la terminologie académique, on appelle cela «redéfinir le domaine public ».

Il est donc important de créer l'environnement propice pour que la radiotélévision de service public puisse prospérer et procurer, autant aux praticiens qu'au public, les compétences nécessaires pour maîtriser les médias. Reconnaître que le concept « d'espace public » est un élément important dans la définition de la radiotélévision de service public, c'est admettre que les gestionnaires de la radiodiffusion ont des responsabilités qui dépassent les objectifs propres à leur organisme.

Mise à part l'obligation à laquelle sont soumis les câblodistributeurs de distribuer le signal de la radiotélévision de service public (dont il sera question au chapitre 5), l'utilisation optimale de l'espace public ouvre toute une gamme de possibilités liées à la maîtrise des médias. Si la pluralité des joueurs dans le domaine de la radiotélévision de service public représente une valeur ajoutée, la valeur même du service public doit être facilement comprise en termes de citoyenneté ouverte, qui ne se dissimule pas derrière une technologie accessible aux seuls experts et à un public spécialisé.

Cela implique un partage, entre tous les intervenants – particulièrement ceux de la radiotélévision de service public – des moyens pour faciliter l'accès du citoyen ordinaire ainsi qu'une réglementation qui considère cela comme les attributions civiques essentielles de la radiotélévision de service public. Voici quelques-uns de ces moyens :

- > Les guides de programmes électroniques.
- > Une technologie rendant possible la participation et l'interactivité.
- > Des émissions pour les enfants, les minorités ethniques et les autres groupes qui peuvent avoir besoin de mesures spéciales pour leur assurer une pleine participation à la vie citoyenne et l'accès à l'information : (ou, dans le cas des enfants, des mesures de blocage pour les protéger de certains types de contenu).
- > Une couverture audiovisuelle des institutions de gouvernance (dont il sera question au chapitre 6).

2.2 LES MEILLEURES PRATIQUES POUR LA RADIOTELEVISION DE SERVICE PUBLIC DANS UN ENVIRONNEMENT COMMERCIAL

L'Inde et le Royaume-Uni offrent deux exemples opposés, ayant connus des succès remarquables, en réponse au défi posé par les diffuseurs privés disposant de plusieurs chaînes. De son côté, la Grèce offre un exemple des dangers d'un repli sur soi face au défi commercial, et la Canada propose une position médiane pour une radiotélévision de service public efficace.

ENCADRÉ 2.1

Nous n'avons pas pris cette option de nous demander si un programme devait couvrir ses frais de production. Notre position a été : voici l'éventail des programmes que nous croyons devoir offrir au public. Nous devons avoir les catégories suivantes ; nous devons avoir des nouvelles, nous devons avoir des affaires publiques, nous devons avoir des dramatiques, nous devons avoir des sports et nous devons avoir des émissions pour les enfants et nous devons avoir des documentaires, des variétés et nous devons avoir des émissions en langue irlandaise et nous devons avoir des émissions religieuses – le spectre complet. Et, dans la mesure où nos ressources nous le permettaient en additionnant le financement public et les revenus commerciaux, nous construisions une grille de programmes avec laquelle nous faisons autant que nous pouvions. Nous avons, par exemple, et nous avons toujours, une programmation de nouvelles et d'affaires publiques en heures de grande écoute plus importante que n'importe quelle chaîne disponible en Irlande, peu importe d'où elle vienne, incluant la britannique si bien financée. Et nous avons des programmes en langue irlandaise aux heures de grande écoute sur notre chaîne principale. Nous essayons de considérer le sport moins comme un produit mais plutôt comme l'expression de la culture des gens. Comme tout le monde, nous nous battons avec les diffuseurs privés pour les droits sportifs.

- Bob Collins, Chef de la direction, RTE, Irlande

LES PROGRAMMES DE LA RADIOTELEVISION PUBLIQUE
N'ONT PAS UNE OBLIGATION DE PÉNALITÉ

2.2.1 Inde : s'entendre avec la concurrence

En 1995, Doordarshan (DD) négocie une entente lui permettant de diffuser CNN en tant que « chaîne DD – 24 heures » sur laquelle Doordarshan se réservait un créneau de deux heures par jour pour sa propre programmation. CNN s'assurait ainsi un accès au marché indien qu'il n'aurait pas pu obtenir en tant que joueur étranger ; en échange, Doordarshan avait accès au catalogue des productions de Turner ou dont Turner détenait les droits et elle

s'assurait un créneau de deux heures de programmation. Cependant, après quelques années, CNN mis fin à l'entente parce que des changements législatifs l'empêchaient de diffuser un service d'information continue sur son propre réseau.

Doordarshan signa une deuxième entente importante avec une société étrangère en 2000. Il s'agissait cette fois de New Gold, une compagnie australienne de logiciel. L'entente donnait à New Gold un créneau quotidien aux heures de grande écoute (19 – 22 heures) sur DD Metro. Doordarshan a bénéficié d'une qualité de transmission améliorée et d'un appui gouvernemental grâce à l'obligation imposée aux opérateurs de câble de distribuer DD. De plus, les revenus commerciaux ont presque doublés entre 1991-92 et 1996-97. (6) Par ailleurs, alors que Doordarshan attirait de plus en plus la classe moyenne urbaine, elle affaiblissait ses programmes destinés aux téléspectateurs des régions rurales ainsi que sa programmation éducative et de développement.

Donc, dans un contexte de concurrence vive avec les nouvelles chaînes commerciales indiennes (nationales et régionales) autant qu'avec les multinationales occidentales ou établies au Japon, le verdict, en termes de radiotélévision de service public, sur la solution d'une entente avec la concurrence, reste plutôt mitigé.

2.2.2 Deux aspects de l'expérience du Royaume-Uni :

L'expérience de la BBC nous indique que la radiotélévision de service public réussit mieux dans un marché qui n'est ni trop ni pas assez concurrentiel. Le Royaume-Uni semble avoir trouvé la voie entre les deux. Un facteur important de cette réussite fut la présence d'au moins un joueur majeur de la radiotélévision de service public qui ne se posait pas en concurrent au secteur privé pour le financement.

2.2.2.1 Le « Duopole » BBC/ITV

Le contexte était très différent de celui d'aujourd'hui quand la BBC fut confrontée à son premier concurrent dans les années 50.

La BBC ne diffusait aucune publicité et dépendait entièrement du financement public à travers la redevance. Ses revenus n'étaient donc pas menacés. Quand ITV fut créée, à la suite d'une loi adoptée par le Gouvernement (la loi de 1955), le diffuseur déjà installé, la BBC, fut prévenu, dans des délais convenables, des règles de base et du calendrier régissant la mise en service d'ITV. Les permis des nouveaux diffuseurs commerciaux furent octroyés, à la suite d'un processus transparent, sur une base régionale. Ces permis comportaient des obligations de radiotélévision de service public autant au niveau régional que national. La concurrence força d'abord la BBC à revitaliser son offre de programmes puisque les nouveaux diffuseurs produisaient des émissions d'affaires publiques déjà très appréciées comme « This Week » et « World in Action ». Plus tard, certains critiques ont prétendu que

- > Un mélange de productions internes et d'émissions faites par des producteurs indépendants contribue à enrichir la structure et à varier la tenue générale de la programmation tout en aidant la radiotélévision de service public à s'imposer sur le marché.
- > Une panoplie de moyens de distribution – transmission terrestre, câble, satellite et nouveaux médias – contribue aussi à une offre diversifiée et innovatrice de la radiotélévision de service public.

Ailleurs en Europe, les radiotélévisions de service public, déjà établies depuis longtemps dans la plupart des pays, ont été soumises à des régimes de financement mixte. Ce fut le cas pour l'Autriche, la France, l'Allemagne, la Grèce, l'Irlande, les Pays-bas, le Portugal, l'Espagne et la Suisse (8). L'arrivée des diffuseurs privés a eu des conséquences étonnamment variées sur les radiotélévisions de service public rendues vulnérables par le financement mixte. Comme le démontre le cas de la Grèce, le plus ancien diffuseur peut se retrouver cantonné à la sphère sûre mais limitée du service public : presque un processus de ghettoïsation de la radiotélévision de service public.

2.2.3 Gêné par la concurrence : l'expérience grecque

Jusqu'en 1990, il n'y avait en Grèce que deux chaînes de télévision, les deux financées par l'Etat, E.T.1 et E.T.2. Deux chaînes privées ont alors été créées, Mega et Antenna. E.T.1 et E.T.2 comptaient à cette époque sur des revenus publicitaires substantiels en plus du financement de l'Etat. Les revenus publicitaires cumulés des deux chaînes qui représentaient plus de 65 millions d'Euros en 1988 ont chuté à un peu plus de 20 millions à la fin de 1990, et sous les 9 millions en 1991. Pendant ce temps, Mega et Antenna avaient attiré 85,3% de toute la publicité télévisée, et la part des deux chaînes d'Etat fut réduite à 8,3%.

Au début de cette ère de concurrence, les programmes diffusés par E.T.1 et E.T.2 étaient semblables à ceux offerts par les chaînes privées – des films grecs, des séries policières étrangères, des comédies de situation et des jeux. E.T.1 et E.T.2 avaient conservé un noyau de programmation documentaire et des émissions pour les enfants mais elles se sont trouvées piégées dans le cercle vicieux du financement mixte. La chute des audiences a refroidi les annonceurs. Rapportant moins de revenus et diffusant des programmes moins attractifs, E.T. a donc eu tendance à se retrancher dans son noyau de programmation de service public, légitimant ainsi ses demandes de financement public mais se limitant à un créneau étroit et à un impact minimal sur le paysage audiovisuel grec.

2.2.4 Le compromis pour une radiotélévision de service public efficace : l'histoire canadienne

2.2.4.1 La Société Radio-Canada (Canadian Broadcasting Corporation (CBC/SRC)

L'expérience canadienne fournit un exemple éloquent d'une radiotélévision publique nationale, la CBC/SRC qui prend des dispositions, basées sur des pratiques éprouvées, en réaction aux bouleversements radicaux du marché. La programmation venant des Etats-Unis représentait la principale menace à laquelle la CBC/SRC était confrontée. Cette programmation qui pénètre facilement le territoire canadien est, à toute fin pratique, à l'intérieur du marché canadien. Avec 90% des foyers canadiens à moins de 80 kilomètres de la frontière des Etats-Unis, il fut une époque où un torrent de productions américaines menaçaient de submerger la CBC/SRC de manières qui ne pouvaient pas être contrées uniquement par la législation.

La réaction canadienne a été double. D'une part, la mission de la Radiotélévision de service public, inscrite dans la loi de 1968, a été réaffirmée et reformulée dans la loi de 1991 (Broadcasting Act [1991] Section 3 [i], [l] et [m]) ; d'autre part, des efforts constants ont été consentis afin de répondre aux besoins des minorités ainsi que pour assurer une offre de programmes égale en anglais et en français. Les responsables de la CBC/SRC ont aussi vu le besoin de lancer une offensive sur le terrain de la créativité afin de réaliser ce que les lois et la réglementation ne pouvaient pas faire.

La CBC/SRC et ses partenaires privés ont produit l'équivalent des séries américaines qui avaient envahies les foyers canadiens. Certaines de ces productions ont connu du succès non seulement au Canada mais aussi aux Etats-Unis ; la CBC/SRC a vendu « Love and Hate » à la Chaîne NBC et « Due South » à CBS alors que « Robocop » de Skyvision à Toronto a été vendu à 170 stations aux Etats-Unis à travers le système de la « syndication » et dans 120 pays. L'époque où la CBC faisait la promotion de ces émissions avec le Slogan : « We are on the CBC, but watch us anyway » (Nous sommes sur la CBC, mais regardez nous tout de même) était bien révolue.

La CBC/SRC a aussi profité d'occasions d'exportations à travers le monde en tirant profit du vaste marché anglophone et des partenariats avec le Royaume-Uni, l'Australie, la Nouvelle-Zélande, Israël et l'immense communauté qui s'initie à la langue anglaise en Chine. Elle a aussi exploité des partenariats francophones entre le Québec et la France, la Belgique ou la Suisse.

On trouve d'autres exemples de volte-face organisationnelle de la Radiotélévision de service public, grâce à une stratégie de bonne gouvernance et de changement de programmation, dans deux petits pays. En Nouvelle-Zélande, où, quelques années après

l'abandon de fait de ses attributions de service public, le radiodiffuseur national change de cap et reprend son rôle de télévision de service public en se repositionnant avec succès ; et en Irlande, où la télévision nationale RTE, battue par les concurrents commerciaux et poussée dangereusement au bord de la faillite et de la marginalisation culturelle, a intelligemment réorienté sa conception des programmes et ses ressources de manière telle qu'elle a retrouvé l'assentiment du public et des politiciens.

2.3 CREER L'ENVIRONNEMENT POUR UN RECOURS JUDICIEUX AUX PRODUCTIONS EXTERIEURES

Permettre l'accès aux ondes de la Télévision de service public aux maisons de production indépendantes et aux producteurs privés est un élément essentiel pour créer un environnement permettant à la Télévision de service public de prospérer dans un cadre pluraliste et démocratique. Ainsi, le processus de délégation de la production d'émissions à l'extérieur des institutions et des organisations de Télévision de service public est un critère très important.

Le « savoir-faire » dans ce domaine comporte deux aspects importants : « quel » contenu est commandé et « comment ». Les responsables des productions extérieures doivent être créatifs, compétents, innovateurs, imprégnés de la culture qui les entoure et politiquement indépendants. Ils représentent la culture, à la fois en tant que citoyens et en tant que professionnels. Sur le plan politique, ils doivent prendre certaines distances sans pour autant trop s'éloigner au risque d'en arriver à une arrogance culturelle ou à un manque d'à-propos.

Au-delà des spécifications concernant la forme, le contenu et les objectifs des programmes, il y a aussi les précisions sur la manière de faire. Cela soulève un ensemble de questions concernant le recrutement et la formation ainsi que sur la justesse des codes professionnels de la pratique de la production et du jugement éditorial.

En 2003, l'UNESCO a demandé à la Commonwealth Broadcasting Association (CBA) de préparer et de publier une brochure destinée aux diffuseurs et concernant les « lignes directrices éditoriales », dans lesquelles les principes éditoriaux de base comprennent l'honnêteté, la révélation de tous les faits essentiels dans les reportages de nouvelles et d'affaires publiques, le respect des droits des auditeurs d'entendre une variété de points de vue, la présentation de tous les aspects d'une question et ainsi de suite. (9)

2.3.1 La pratique à la BBC

Pour ce qui est de la documentation écrite concernant les diverses pratiques, il y a une grande divergence dans le style et le degré de détails choisis par les radiotélévisions de service public. Pendant plusieurs années, la BBC a très peu fait pour formuler, rendre public ou centraliser ses directives éditoriales et de production. Il y avait, bien sûr, une formation poussée, et des guides pédagogiques – souvent sous forme de texte – qui accompagnaient les cours destinés à développer les compétences et le savoir-faire. On trouvait aussi des directives, sous forme de notes dactylographiées, dans les salles de nouvelles de la BBC : la sagesse accumulée des rédacteurs plus expérimentés, en quelque sorte. Dans l'ensemble, ce matériel était considéré comme d'utiles références plutôt que comme des exigences ou des recommandations formelles. L'intention était d'encourager la prise de décision individuelle, de s'appuyer sur des références si nécessaire et de permettre la discussion sur les sujets délicats en s'appuyant sur un mélange de principes acquis et de précédents.

Concernant les compétences professionnelles, tout ce qui était considéré comme des questions de régie interne était débattu en prenant soin de garder à distance tout ce qui pouvait être perçu comme une ingérence de la part de politiciens pointilleux ou de représentants du public. Toutefois, ces pratiques sont apparues de plus en plus inappropriées et en contradiction avec le sens de la responsabilité vis-à-vis du public qui doit être le propre des organisations financées par les fonds publics. C'était, en termes de radiotélévision de service public, un dysfonctionnement qui faisait souvent l'objet de discussions dans le cercle des professionnels de la radiodiffusion.

L'impasse dans lequel s'était engagé ce débat pris fin à la suite d'une édition de l'émission hebdomadaire d'affaires publiques de la BBC, « Panorama », dans laquelle l'équipe de production de la BBC a apparemment collaboré à – ou a fermé les yeux sur – la mise en scène de la prise par l'IRA d'un village en Ulster (Carrickmore) près de la frontière avec la République irlandaise. Le scandale qui s'ensuivit a fait tourner le débat en faveur de ceux qui défendaient l'idée de formaliser et de publier les lignes directrices, les politiques et les pratiques des journalistes et des réalisateurs de la BBC. On a colligé et passé au crible des décennies de documents dactylographiés retrouvés dans les salles de nouvelles, les manuels de formation, les compte rendus de réunions, les notes prises de façon informelle, etc. Tout ce matériel a servi à la publication, en 1981, du premier guide sur les politiques éditoriales et sur la production. Ce guide a été, on s'en doute, plusieurs fois revu, corrigé, amélioré et réédité depuis ce temps.

2.3.2 Public Service Broadcasting Trust (Inde)

L'Inde a créé un plan de recours à la production extérieure pour la radiodiffusion publique, dans lequel le Public Broadcasting Trust (PSBT), en partenariat avec la Prasar Bharati Corporation, le radiodiffuseur national public, fournit à la télévision Doordarshan 52 films documentaires de service public par année produits par des réalisateurs indépendants. Ces documentaires sont diffusés sur le territoire national à travers le principal réseau hertzien de la Doordarshan.

Le PSBT veut s'assurer que ces émissions soient réalisées selon des standards internationaux de production. Dans cette perspective, il a développé un ensemble de pratiques crédibles, transparentes et qui encouragent la créativité. L'objectif de PSBT est de « créer un catalogue de productions qui offrent une vision différente des questions et des situations qui touchent la vie quotidienne de la population dans une société complexe, en prise avec des transformations fondamentales, et qui s'engage dans une réflexion et une analyse en profondeur » (site web du PSBT – <http://www.psbt.org>).

Le PSBT suit deux cycles de productions extérieures par année. Dans le premier cycle, on fait appel à des propositions portant sur les cultures, les connaissances cachées et les événements qui transforment la vie. Dans le second, le PSBT explore les situations difficiles et les contraintes de la vie moderne auxquelles sont confrontés les individus, les familles et les communautés de la classe moyenne urbaine dans un contexte de transformations sociales accélérées. Le PSBT se veut réceptif aux idées et propositions qui sortent de l'ordinaire.

Le PSBT a complété, en 2004, une série de 30 films documentaires sur les « idées qui marchent » afin de promouvoir et d'inspirer l'innovation, l'imagination et la solution de problèmes autant sur le plan local que national en Inde. Les films examinent les qualités du leadership, les problèmes auxquels les leaders sont confrontés, et les techniques, les processus et les structures utilisées pour les régler. La série a été produite en partenariat avec le Ministère de la Réforme administrative et des Doléances publiques du gouvernement de l'Inde. Elle sera accompagnée d'un livre d'essais et d'une série d'interviews en profondeur avec les principaux protagonistes, par le journaliste bien connu Rajiv Mehrotra, qui seront diffusées sur Doordarshan.

2.3.3 Un plan de productions extérieures de contenu local (Singapour)

Le « Media Development Authority » (MDA), l'autorité de financement et l'organisme de régulation des médias du gouvernement de Singapour ont mis sur pied un plan de productions extérieures de contenu local (LCCS) qui a pour but d'encourager la production de contenus de télévision de qualité faits à Singapour pour les Singapouriens, et pour l'exportation quand cela paraît indiqué.

Le plan offre aux compagnies locales indépendantes de production de télévision la possibilité de produire et de diffuser des émissions de télévision originales et créatives qui soient pertinentes, opportunes et qui attirent le public local. Les propositions acceptées dans le cadre de ce plan reçoivent le financement de la MDA et, en tant que seul contributeur financier, la MDA se réserve tous les droits sur ces émissions. Les émissions d'information, les documentaires, les dramatiques, les émissions d'art et de culture, les émissions éducatives ainsi que les fictions pour les enfants, et les émissions pour les minorités sont acceptées dans le cadre de ce plan. (10).

2.4 INDEPENDANCE ET CREDIBILITE :

LE DILEMME DE LA MISE EN APPLICATION

L'indépendance face aux politiciens et aux groupes de pression est un thème populaire et un atout important. Le dilemme, pour les diffuseurs et pour la société, est de démontrer cette indépendance et cette crédibilité sans en arriver pour autant à être, ou à paraître, arrogant grâce à leur aptitude à résister aux pressions extérieures ou à s'en écarter. Le risque est la perte de cette représentativité qui est au cœur de la crédibilité des diffuseurs.

2.4.1 Les lignes directrices pour l'affirmation de la notion d'indépendance

Définir le domaine public n'est pas seulement un exercice intellectuel. Cette définition peut avoir des conséquences sérieuses et concrètes sur les pratiques usuelles de la radiotélévision de service public, tel que le démontre le débat européen sur la radiotélévision de service public au cours des dernières décennies.

La définition de la notion d'indépendance comporte un certain nombre de principes dominants et de perspectives. Le débat porte sur leur importance relative et sur les liens entre chacun d'eux.

- a) Les organismes de radiotélévision de service public doivent jouir d'une indépendance sur le plan éditorial et au niveau de la gestion. Cette indépendance inclut une liberté de programmation, de recrutement et de gestion budgétaire. Ceci est mentionné explicitement dans des documents tels que la « Déclaration universelle des droits de l'homme » (Articles 19 et 29) et dans la « Convention européenne sur les droits humains (Article 10).

b) Les prescriptions (statutaires ou autres) concernant l'autonomie de la Radiotélévision de service public peuvent prévoir des dispositions quant au contrôle par les gestionnaires ou par les structures de supervision. L'efficacité du fonctionnement de ces contrôles dépendra de la qualité professionnelle de la supervision et de la gestion, de la façon dont ils sont reliés les uns aux autres et à quel point ceux qui jouissent de l'autorité qui leur est déléguée se sentent autorisés à s'impliquer eux-mêmes (formellement ou informellement) dans les affaires du diffuseur. Cette implication est-elle un exercice de responsabilité personnelle, un dysfonctionnement ou une ingérence illégitime qui entrave une gestion appropriée de la radiotélévision de service public ?

c) Pour une radiotélévision de service public, la ligne entre sa propre sensibilité à l'environnement et une servilité suspecte est difficile à tracer. Elle dépend des différentes définitions ou interprétations que l'on donne au domaine public. Les pressions extérieures peuvent aller de la pression exercée par un parti politique sur un membre du comité de supervision ou un responsable, à la recherche, par une société privée, d'avantages financiers à travers un accès à des périodes de diffusion, en passant par le syndicat qui invoque une charte ou convention quelconque contre de supposés abus par un membre de la direction. Différentes opinions reflèteront différentes visions du domaine public et, par conséquent, différents jugements sur ce qui est indiqué pour l'organisme de radiotélévision dont il est question.

d) Dans l'ère post-1989, puisque la tendance dans les médias, comme dans d'autres secteurs, s'est orientée vers la libéralisation, quel est l'intérêt pour les forces du marché de militer contre des choix significatifs ? Si une dérogation est recherchée à l'intérieur d'un régime opposé à la concentration et favorisant la concurrence, est-ce une réclamation légitime de la radiotélévision de service public de rechercher précisément à maintenir la concentration des pouvoirs, ou est-ce une étape nécessaire pour protéger l'espace public des effets d'un environnement commercial où la radiotélévision de service public pourrait être incapable de concurrencer compte tenu des ressources insuffisantes dont elle dispose pour faire les investissements exigés par la vitesse de l'évolution technologique ?

On a plus de chances de trouver des solutions satisfaisantes à ces problèmes dans une culture où l'on est conscient des raisons pour lesquelles ces questions sont posées et par qui.

2.4.2 Les caractéristiques constitutionnelles et institutionnelles

Un critère important sera donc l'autonomie des radiodiffuseurs publics rendue possible par la séparation de l'intérêt public des intérêts politiques, commerciaux ou des groupes de pression. Cela implique probablement les critères suivants :

- > Comment le conseil de supervision d'une radiotélévision de service public est constitué et investi d'autorité notamment en ce qui concerne ses relations avec le pouvoir législatif, les parties politiques et les fonctionnaires.
- > La relation entre le Conseil de supervision (ou l'équivalent) et la direction ou les cadres.
- > La relation entre la présidence du Conseil de supervision et le Chef de la direction : de même qu'entre chacun d'eux et les autres membres de leurs comités respectifs.
- > Une indépendance démontrée et des pratiques professionnelles éprouvées à tous les niveaux des procédures de nomination.

Il serait faux de penser que la ligne qui sépare les pays qui ont réussi à maintenir à distance les politiques et les politiciens de la gestion des médias est aussi nette que l'était le « rideau de fer ». Le besoin irrésistible d'intervenir de certains politiciens – ou, comme ils le disent, de chercher à sauvegarder leurs propres intérêts – est très évident dans plusieurs pays d'Europe de l'Ouest ou d'Asie.

2.4.2.1 La structure de contrôle de la radiotélévision allemande

En Allemagne, la structure de contrôle de la Radiodiffusion a été délibérément conçue afin de prévenir tout retour au contrôle central. On a premièrement donné des responsabilités à chacun des « länders », qui n'étaient pas tous gouvernés par le même parti ; et deuxièmement, on a garanti aux partis politiques, aux groupes de pression et aux associations des sièges au sein des Conseils d'administration des sociétés de radio et de télévision. Puisque les Conseils de surveillance de la Radiotélévision jouaient un rôle important dans la désignation des Conseils de direction, ces derniers avaient tendance à se modeler sur leur comportement. On retrouvait différents modèles de composition des Conseils d'administration de la Radiotélévision selon les « länders » : les partis politiques jouaient un rôle direct ou indirect dans tous les modèles.(12)

Les influences politiques affectaient non seulement la gestion de chacun des radiodiffuseurs de service public, mais aussi l'ensemble des politiques de radiodiffusion. Pendant la période, par exemple, où les compagnies privées, profitant des possibilités offertes par le câble et le satellite, ont fait leur entrée sur la scène de la radiodiffusion, ce sont les gouvernements CDU/CSU des « länders » qui ont encouragé les nouveaux arrivants. Dans les « länders » où le SPD (parti socialiste) était au pouvoir, on a aidé les radiotélévisions de service public à mettre en place des programmes nécessitant des ressources importantes et à consolider les ententes avec les principaux annonceurs ; la radiotélévision de service

public en Allemagne fonctionnant sur un régime de financement mixte. Le « Länder » de Hesse, forteresse SPD, a été le dernier Etat à autoriser la radiotélévision privée. (13)

2.4.2.2 L'indépendance des médias en Afrique : une comparaison entre le Nigeria et l'Afrique du Sud

« Media Rights Agenda » et « Article 19 » ont préparé un rapport portant sur un Cadre général pour la Radiodiffusion et les télécommunications au Nigeria : « Unlocking the Airwaves ». Ils ont revu en détail le rôle et les pouvoirs de l'organisme de régulation constitué relativement récemment, la « National Broadcasting Commission (NBC) » créé par le décret no.38 de 1992 amendé par le décret no.55 de 1999. Le rapport notait que l'une des responsabilités les plus importantes de la NBC était d'accorder des permis dans le domaine de la diffusion radio, télévision, câble et satellite. On affirmait :

« Depuis les débuts de la Commission, le processus d'attribution des permis aux radiodiffuseurs privés a été très secret, avec comme conséquence le report ou le refus d'accorder certains permis pour des raisons inconnues. Au cours des dernières années, la NBC a au moins rendu publiques les exigences et la procédure de demande de permis. Cependant, le processus d'examen des demandes de permis de diffusion reste secret. Encore une fois, c'est un contraste absolu avec l'Afrique du Sud où tout le processus d'attribution des permis doit être, selon la loi, ouvert et transparent, et permettre l'avis du public. »

Quoiqu'il arrive dans certains pays, les décideurs et ceux chargés de mettre les services en place disposent d'une déclaration claire des principes et des pratiques à suivre formulée dans la Charte de Windhoek sur la Radiodiffusion en Afrique (comme nous l'avons vu au chapitre 1). On applique à la Radiodiffusion ce qui avait été articulé dix ans plus tôt pour la presse dans la Déclaration de Windhoek sur le développement d'une presse africaine indépendante et pluraliste (mai 1991).

C'est un document important qui se range à côté de la Déclaration universelle des droits humains des Nations Unies (Résolution 217a [iii] décembre 1948), et de la Déclaration de Santiago (Sommet des Amériques, avril 1998). Il établit un standard d'exécution et sert de point de référence pour les défenseurs et les partisans de la radiotélévision de service public dans les discours et les débats internationaux qui réunissent des participants avec des visions très opposées sur le sujet.

2.5 CREER L'ENVIRONNEMENT :

LES QUESTIONS DE TRANSPARENCE

Dans une société bien informée, la pratique d'une bonne gestion exige la transparence quant au fonctionnement et à la structure administrative des institutions de radiodiffusion ainsi qu'à propos du processus de désignation des dirigeants et du processus d'attribution des contrats aux compagnies privées oeuvrant dans le domaine de la radiodiffusion.

Dans le cas de la désignation d'un individu, il y a des justifications, basées sur la confidentialité et la sensibilité, pour ne pas dévoiler les noms des candidats non retenus, pourvu qu'une totale ouverture soit démontrée à propos du candidat retenu et des procédures ayant conduit à sa désignation.

Il n'est cependant pas approprié d'appliquer l'exception de « confidentialité » dans les situations où les compagnies tentent (par voie de soumission ou autrement) d'obtenir des permis de diffusion ou des contrats de service. Dans un marché ouvert et compétitif, l'identité des compagnies doit être connue de même que les principaux points contenus dans leur programme ou dans leur offre de service.

Les politiciens, les juristes, les fonctionnaires, les praticiens et les théoriciens des médias, les consultants nationaux ou étrangers ont cherché à concevoir des institutions et des agences qui pouvaient remplir des objectifs aussi diversifiés. Les meilleures pratiques dans la réalisation de ces objectifs ne peuvent pas être généralisées aussi facilement à cause de l'histoire de chacun des pays, des contextes qui varient et des différentes cultures. Ceci n'exclut toutefois pas l'identification d'un certain nombre de critères applicables dans un pays qui s'engage dans la transition entre la radiotélévision d'Etat et la radiotélévision de service public. La création de ce milieu propice à l'émergence d'une radiotélévision de service public viable requiert (i) de faciliter cette émergence d'organisations de radiotélévision de service public et (ii) de fournir un cadre de responsabilités et une réglementation à l'intérieur duquel ces diffuseurs de radiotélévision de service public, et les autres, peuvent conduire leurs affaires de façon satisfaisante en répondant aux besoins du public.

26 ETABLIR DE NOUVEAUX STANDARDS INTERNATIONAUX POUR LA RADIODIFFUSION : UN PROCESSUS D'EVALUATION

La « Fondation Média et Société », installée à Genève, avec le soutien de la « Fondation Hosokawa » (Japon), de l'UNESCO, de l'Office Fédéral de la Communication (OFCOM) et de l'Agence Suisse pour le développement et la coopération (SDC), a pris une nouvelle initiative en réalisant une étude auprès de plusieurs radiotélévisions de service public pour la norme ISAS BC 9001 – qui s'inspire des meilleures pratiques dans le monde de la radiodiffusion.

L'étude mesure l'importance des critères suivants dans chacun des organismes :

- > Le degré de satisfaction de l'auditeur ou du téléspectateur ;
- > La qualité et la justesse de l'information ;
- > La qualité et la diversité des autres genres de programmes ;
- > L'innovation et la créativité ;
- > L'indépendance et la transparence de la gestion ;
- > La promotion et le respect des règles éthiques ;
- > La représentation des minorités nationales ;
- > L'accès universel sur le territoire national ;
- > La pertinence sociale.

Pour chacun des critères, ISAS BC 9001 établit des objectifs spécifiques et tout organisme de radiodiffusion ayant comme but de répondre à ces normes peut demander à ce qu'une étude soit faite par des professionnels indépendants accrédités. Si l'organisme répond aux critères de façon satisfaisante, la « Fondation Media et Société » décernera un « Certificat de conformité » valable pour trois ans, sous réserve d'une vérification annuelle de conformité.

Pour complément d'information: <http://www.certimedia.org/bc9001.htm>

2.7 RESSOURCES

2.7.1 Publications

- > Checkland, M.: *Public service broadcasting in a time of change*. Diffusion, Hiver 1992-1993, pp.3-6.
- > Dahlgren, P.: *The not so staunch defence of Swedish public service broadcasting*. *The Public Javnost*, 1996, pp. 35-49.
- > Commission Européenne : *Construire en Europe une société de l'Information pour tous (rapport final d'un groupe d'experts de haut niveau)*. Commission Européenne, Bruxelles, Belgique, 1997.
- > Jakubowicz, K.: *Ideas in our heads: Introduction of PSBs as part of media system change in Central and Easter Europe*. *European Journal of Communication*, Vol. 19 (1), 2004, pp. 53-74.
- > Kar, E.: *Emerging models of public service broadcasting*. *Media Asia*, 1999 26(2), 105-107.
- > Libios, B.: *Public service broadcasting: Prerequisite of a democratic society* Diffusion, Été 1994, pp.14-18.
- > Mpofo, A., Manhando, S., & Tomaselli, K. G.: *Public service broadcasting in South Africa: policy directions towards 2000*. Johannesburg, Afrique du Sud: Anthropos Publishers, -1996.
- > Reljic, D.: *Public service broadcasting and editorial independence: Are there any limits to the freedom of expression?* *Balkanmedia*, 1997, 6(3), pp. 34-36.
- > Rendell, A., Miner, S., & Balding, R.: *The way ahead for public service broadcasters*. *Commonwealth Broadcaster*, 2001, 130, pp.15-24.
- > Sondergaard, H.: *Public service after the crisis*. *NORDICOM Review*, 1 (Numéro spécial), 1996, pp.107-120.
- > Syvertsen, T.: *The many uses of the 'Public Service' concept*. *NORDICOM Review*, 1999, 20(1), pp.5-12.
- > Tsourvakas, G.: *Public television programming strategy before and after competition: Greek case*. *Journal of Media Economics*, 2004, 17(3), pp. 193-204.
- > Tuazon, R.: *Government Media: rewriting their image and role*, National Commission for Culture and the Arts, Manille, 2002 Tiré du site: <http://www.ncca.gov.ph/culture&arts/cularts/others/communication/communication-government.htm>
- > Yaziz, H.: *TVRI to become a public service station*. *Asia Pacific Broadcasting*, 2000, 17(12), p.18.
- > Smudits, A.: *The cultural and educational functions of public service broadcasting in Western Europe*. *Table ronde internationale sur le rôle éducatif et culturel de la Radiodiffusion de service public*, 1995, Paris.
- > Ma, Y.: *Public service function of broadcasting in China*. Document présenté à la Conférence internationale sur les rôles de la Radiodiffusion de service public: la perspective Asie-Pacifique, Kuala Lumpur, décembre 1997.

> Diez, R. S.: *Achieving a level playing field between the public and private sectors: The Philippine experience*. Document présenté à la conférence de l'AMIC/CBA/ SCS/NTU sur la radiotélévision de service public : *Progresser dans un environnement de radiodiffusion diversifié*, Singapour, février 1998.

> Zaki, S. S.: *Autonomy the key to survival of public service broadcasters*. Document présenté à la conférence de l'AMIC/CBA/ SCS/NTU sur la radiotélévision de service public : *Progresser dans un environnement de radiodiffusion diversifié*, Singapour, février 1998.

> Mottaghi, J.: *Public service broadcasting and changing environment*. Document présenté au séminaire de l'AMIC sur la multiplication des medias: *Comment les diffuseurs peuvent-ils mieux servir l'intérêt public ?* New Delhi, avril 1999.

> Rosemary, M.: *Creating public service broadcasting awareness*. Document présenté à la conférence : *Dialogue Europe-Asie-Pacifique sur la radiotélévision de service public*, Quezon, Philippines, novembre 1999.

> Rowland, W.D.: *The struggle for public service broadcasting in the United States*. *Media Development*, 1985, 32(2), pp.10-14.

> Supadiloke, B.: *Creating public service broadcasting: Awareness*. Document présenté à la Conférence internationale de l'Europe-Asia-Pacific Dialogue sur la radiotélévision de service public, Quezon, Philippines, novembre 1999.

> Rumphorst, W.: *The idea and concept of public service broadcasting*. Document présenté à la Conférence internationale de l'Europe-Asia-pacific Dialogue sur la radiotélévision de service public, Quezon, Philippines, décembre 1999.

> Ranault, P.: *Five requirements for the development of public service broadcasting in the XXI century*. Document présenté à la Rencontre de l'AIBD/FES/SBA sur les aspects légaux, financiers et administratifs de la radiotélévision de service public, Singapour, juin 2000.

> Yeo, T.: *Towards a 21st century model of public service broadcasting*. Discours à la conférence de la « Social Market Foundation », 19 juin 2002. Recueilli le 19 août 2004 du site :

http://www.conservatives.com/tile.do?def=news.story.page&obj_id=33075&speeches=1

> Holland, P.: *Conceptual glue: Public service broadcasting as practice, system and ideology*. Document présenté à la conférence du MIT3 *Television in Transition*, Massachusetts, mai 2003.

> Fédération Internationale des Journalistes: *La Radiotélévision de service public en Corée doit être protégée des intérêts partisans*. Tiré du site :

<http://www.ifj.org/default.asp?index=2140&Language=EN>, le 11 août 2004.

> CIBC: *Service not motivated by dollars*. Cook Island new radio 'An essential public service'. *Pacific Media Watch*, 1er décembre 2004.

2.7.2 Sites Web

- > Constitutional Procedures, Article 19: www.article19.org
- > Commissioning, Public Service Broadcasting Trust (PSBT): <http://www.psbt.org>

Notes

- (5) Colin Peacock, *Public broadcasting the Irish way*, report on Mediawatch, Radio New Zealand—
<http://www.mediawatch.co.nz/default%2C414.sm> (2003).
- (6) Shelton Gunaratne, *Handbook of the Media in Asia*, Sage New Delhi, Inde, 2001.
- (7) Peacock Report, 1989.
- (8) P. J. Humphreys, *Mass Media and Media Policy in Western Europe*, Manchester U.P, Royaume-Uni, 1996.
- (9) Pour plus de détails, veuillez vous référer à M. Raine (ed), *CBA Editorial Guidelines*, Commonwealth Broadcasting Association, CBA, Londres, 2004.
- (10) Site web deMDA: <http://www.mda.gov.sg>
- (11) Veuillez vous référer à Stefan Verhulst, *Public Service Broadcasting in Europe*, www.mediator.online.bg
- (12) H. M. Kepplinger, *H.M, Massenkommunikation*. Teuber, Stuttgart, 1982.
- (13) A. Williams, *Broadcasting and democracy in West Germany*, Bradford, Royaume-Uni, 1976.

3.1 INTRODUCTION

La réglementation concernant la radiotélévision de service public est aussi complexe que controversée. Elle l'est devenue encore plus au cours des dernières années, à cause des profonds défis technologiques et économique-financiers qui sont apparus à l'échelle mondiale depuis la chute du mur de Berlin. Certains de ces défis ont soulevé des questions concernant la pertinence de la vision conventionnelle de la radiotélévision de service public, entièrement contrôlée et dirigée par l'Etat, et qui profite souvent de droits exclusifs sur les ondes. Plusieurs façons d'aborder le problème en proposant des solutions nouvelles ont été étudiées. Ce chapitre examinera les modèles existants qui semblent les plus pertinents et il tentera de souligner les points saillants de ce débat toujours en cours.

« Un débat sur la radiotélévision de service public est en réalité un débat autour des caractéristiques philosophiques, idéologiques et culturelles de la société et autour du rôle de l'Etat et du secteur public dans la satisfaction des besoins des individus et de la société dans son ensemble. Ce sont ces considérations, plutôt que les développements technologiques, qui peuvent être le facteur décisif pour déterminer l'avenir de la radiotélévision de service public ». (14)

L'affirmation, ci-dessus, contenue dans un rapport à l'Assemblée parlementaire du Conseil de l'Europe, souligne l'importance d'une législation appropriée afin de protéger la radiotélévision de service public à travers le monde et lui permettre de se développer.

3.2 UN MODELE DE LOI POUR LES RADIODIFFUSIONS DE SERVICE PUBLIC

« Le public n'est pas seulement le bénéficiaire et le souscripteur de la radiotélévision de service public » affirme Rumphorst (15), dans son modèle de Loi sur la radiotélévision de service public, rédigé avec l'appui de l'UIT, de l'UER et de l'UNESCO, « mais aussi son contrôleur. Ceci est logique et il ne peut vraiment pas en être autrement. »

Que signifie alors « contrôlé par le public? Cela signifie que des représentants du public s'assurent que l'organisme de radiotélévision publique remplit sa mission de service public de la meilleure façon possible.

Pour y arriver, la législation doit prévoir la création d'organisations ou d'institutions dans lesquelles les citoyens et les groupes de citoyens puissent jouer un rôle actif en guidant et en assistant la radiotélévision de service public dans l'accomplissement de sa mission de service public. Ces mécanismes peuvent inclure les Conseils de radiodiffusion, les Commissions sur la Communication, etc.

Le modèle de loi rédigé par Rumphorst (16) comprend 18 articles traitant des objectifs, de l'organisation, de la stratégie de programmation, de l'accès à l'information et de la confi-

dentialité des sources journalistiques ; du droit de réponse, des structures des organisations, de la supervision légale et des closes de transition (pour les organismes en processus de changement du statut de diffuseur d'Etat à celui de radiotélévision de service public).

Pour plus de détails sur le modèle de loi:

http://portal.unesco.org/ci/en/file_download.php/5aaba93cbe249941a13c36a

Toby Mendel a récemment préparé un autre modèle de loi pour « Article 19 ».

3.3 LES LOIS NATIONALES ET LES MODELES DE RADIOTELEVISION DE SERVICE PUBLIC

On peut distinguer plusieurs modèles de radiotélévision de service public selon les critères appliqués. Utilisant un critère structurel, Mooney (17) énumère trois modèles organisationnels de radiotélévision de service public qui existe en Europe.

a) Les structures intégrées comme au Royaume-Uni, en Espagne et en Italie, où la BBC, la RTVE et la RAI contrôle chaque secteur de l'activité audiovisuelle publique.

b) Les structures fédérées par région, comme le système allemand qui est un dérivé du modèle intégré et reflète l'organisation politique du pays et dans lequel la Constitution délègue la responsabilité des affaires culturelles aux « länders ».

c) Les structures fragmentées, comme en France, où chaque branche du secteur audiovisuel est contrôlée par un ou plusieurs opérateurs publics différents.

En termes de liens entre les différentes formes de radiotélévision de service public et le milieu politique, Mooney (17) distingue les suivants :

> Les systèmes formellement autonomes. Des mécanismes existent afin de tenir les organes politiques à distance du processus de prise de décision des radiodiffuseurs (comme en Grande-Bretagne, mais aussi en Irlande et en Suède).

> « La présence des structures politiques à l'intérieur de la radiodiffusion » : Les structures administratives des organismes de radiotélévision comprennent des représentants des principaux partis politiques et des groupes sociaux qui leur sont affiliés – comme en Allemagne, au Danemark et en Belgique.

> « Le contrôle politique de la radiotélévision » : Les organes d'Etat sont autorisés à intervenir dans les décisions du diffuseur – comme en Grèce et en Italie et aussi en France dans le passé.

Les attributions spécifiques concernant la programmation de service public varient d'un pays à l'autre, peut-être à cause des différentes coutumes et mécanismes législatifs, mais aussi et en particulier, à cause des réalités économiques, sociales, culturelles, historiques

et autres qui prévalent dans chacun des pays. Malgré cela, il y a un noyau de caractéristiques communes qui sont universellement valables et qui sont contenues dans les différentes déclarations adoptées à l'occasion des rencontres internationales des dernières années (mentionnées au chapitre 1 et aussi plus tard dans ce chapitre).

Ces principes sont aussi inscrits dans la législation sur la radiodiffusion de plusieurs pays où l'on re t rouve un système de radiodiffusion fort. Certains exemples sont donnés ci-dessous :

3.3.1 Royaume-Uni: La British Broadcasting Corporation (BBC) fut fondée en 1926 en vertu d'une Charte royale et elle continue à jouir du même statut jusqu'à aujourd'hui. Les Chartes royales sont accordées pour un certain nombre d'années ; la plus récente, en ce qui concerne la BBC, pour une période de dix ans commençant en mai 1996.

Ces Chartes sont accordées par le Souverain pour la réalisation de certaines activités, souvent sur une base exclusive. En pratique, toutefois, ces prérogatives royales sont exercées par le conseil exécutif. La Charte de la BBC a été préparée par le Secrétaire d'Etat au Patrimoine national (National Heritage). Sur le plan de la procédure, une Charte est similaire à une loi secondaire ou à un règlement et, de ce fait, n'est pas soumise à un examen rigoureux du Parlement. Par ailleurs, les décisions prises par une structure établie selon une Charte ne peuvent pas être soumises à un examen judiciaire.

L'accord de licence entre le Secrétaire d'Etat au Patrimoine national (National Heritage) et le Bureau des Gouverneurs de la BBC précise les obligations de bonne gouvernance et de service public de la BBC. L'accord est techniquement un contrat entre le ministre et les Gouverneurs, le plus récent ayant été signé en 1996. L'accord actuel prévoit, à la clause 18, qu'il n'est pas contraignant à moins d'avoir été approuvé par la Chambre des Communes.

L'accord autorise la BBC à fournir un éventail de services de radiodiffusion incluant deux réseaux terrestres de télévision et cinq services de radio pour une diffusion générale sur tout le territoire du Royaume-Uni, un service de radio additionnel pour l'Ecosse et un pour l'Irlande du Nord, deux pour le Pays de Galles et un certain nombre de radios locales. Des obligations spécifiques sont prévues pour les services qui diffusent sur le territoire national. Parmi elles, l'obligation de stimuler les arts et une diversité d'activités culturelles, de fournir une couverture détaillée, digne de foi et impartiale des nouvelles et des affaires publiques ainsi qu'une large couverture des sports et des autres loisirs ; l'obligation de diffuser des émissions à caractère éducatif incluant des programmes originaux pour les enfants, et finalement, l'obligation de refléter la vie et les préoccupations des auditoires. La BBC doit aussi transmettre quotidiennement un compte rendu impartial des débats dans les deux Chambres du Parlement.

La BBC est aussi responsable du « World Service » qui transmet et distribue des services aux publics d'outremer en plusieurs langues.

Le mandat de service public de la BBC est garanti par un certain nombre de dispositions prévues dans la Charte et dans l'accord de licence. L'article 3(a) établit l'obligation générale de service public, notamment de fournir en radio et en télévision des programmes d'information, d'éducation et de divertissement en tant que services publics. La BBC a aussi l'obligation de s'assurer qu'elle fait l'objet d'un examen constant et efficace de l'extérieur, notamment par la tenue de rencontres publics et de séminaires. Toute modification importante des services de programmation doit être précédée « d'un processus approprié de consultation publique ».

La Charte prévoit certains mécanismes afin de garantir que la BBC réagit bien aux besoins du public et qu'elle se montre responsable envers lui. L'article 12 de la Charte oblige la création de trois Conseils nationaux de la Radiodiffusion, un pour l'Irlande du Nord, un pour l'Ecosse et un pour le Pays de Galles, alors que l'article 13 prévoit des Conseils régionaux consultatifs pour chacun des territoires desservis par une télévision régionale en Angleterre. Le rôle de ces structures est de conseiller la BBC sur les questions locales mais elles n'ont aucun pouvoir sur elle.

La Charte prévoit aussi la création d'un Bureau des Gouverneurs. L'article 7 décrit leurs fonctions qui comprennent l'approbation d'objectifs clairs et la surveillance de la réalisation de ces objectifs, la garantie que la BBC fait le meilleur usage possible des sommes qui lui sont consenties, et la mise en place d'une stratégie générale pour les différents services. Selon l'article 16 de la Charte, les services de la BBC sur le territoire national ont le droit exclusif de percevoir les revenus de la redevance.

Pour un complément d'information sur la BBC: <http://wwwbbc.co.uk/>

3.3.2 Le Japon:

Depuis l'avènement de la Loi sur la Radiodiffusion et de la Loi sur la Télégraphie sans Fil en 1950, la radiodiffusion au Japon s'est développée dans le cadre d'une coexistence de la radiotélévision publique (NHK) et de différents radiodiffuseurs commerciaux qui tirent leurs revenus de la publicité. Initialement constituée en tant qu'organisme de radiotélévision nationale la Nippon Hoso Kyokai, NHK, fut reconstituée, selon les termes de la loi sur la Radiodiffusion de 1950 en tant que réseau du peuple. Une particularité clé de la loi sur la Radiodiffusion est le fait que l'indépendance de la NHK est soigneusement garantie autant en ce qui concerne ses activités que ses structures.

Un des éléments clés de cette loi est la clause visant à protéger l'indépendance financière de la NHK grâce à un système de redevance. Les téléspectateurs sont invités à payer non pas pour des émissions en particulier mais pour soutenir les opérations de la NHK dans son



ensemble. Tel que stipulé dans la loi sur la Radiodiffusion, tous les foyers possédant un appareil de télévision au Japon payent la redevance de façon égalitaire.

La loi sur la Radiodiffusion garantit clairement l'indépendance de la NHK au niveau de la programmation. Le paragraphe 2 de l'article 3 précise les termes selon lesquels les radiodiffuseurs nationaux doivent produire leurs émissions. On exige qu'ils :

- > donnent leur soutien à la sécurité publique, à la morale et à la bonne conduite,
- > recherchent l'impartialité politique,
- > présentent les nouvelles sans déformer les faits,
- > présentent l'éventail le plus large possible de points de vue quand il est question de sujets controversés.

La loi sur la radiodiffusion oblige en outre les diffuseurs à mettre sur pied des comités consultatifs afin de s'assurer que les programmes rencontrent les standards prescrits. Dans le cas de la NHK, ces comités examinent les diffusions nationales, régionales et internationales. Les avis mis de l'avant par chaque comité se reflètent par la suite dans la programmation de la NHK.

Pour information complémentaire sur la NHK: <http://www.nhk.or.jp>

3.3.3 L'Australie:

La radiotélévision de service public nationale en Australie, l'Australian Broadcasting Corporation (ABC), est régie conformément aux dispositions de la loi sur l'Australian Broadcasting Corporation de 1983. L'ABC doit se conformer à un ensemble de directives concernant le profil du réseau, et la programmation doit promouvoir le sentiment général de « l'identité nationale ».

La loi établit également la Charte de l'ABC qui explique clairement ses fonctions :

- > Fournir des services de radiodiffusion innovateurs, complets et de haut niveau en Australie ;
- > Diffuser des émissions qui contribuent au sentiment d'identité nationale et des émissions qui informent, divertissent et reflètent la diversité culturelle de la communauté australienne ;
- > Diffuser des émissions à caractère éducatif ;
- > Transmettre à l'étranger des émissions de nouvelles, d'affaires publiques, de divertissement et d'enrichissement culturel qui :
 - favorisent une meilleure connaissance de l'Australie et une compréhension internationale de la position australienne sur les questions internationales,
 - informent les citoyens australiens vivant ou voyageant à l'étranger sur les questions internes en Australie et sur la position australienne concernant les questions internationales.
- > Encourager et promouvoir la musique, l'art dramatique et les autres formes d'art de la scène en Australie.

- Promouvoir la justice sociale et combattre l'exploitation, l'inégalité et des maux tels que « l'intouchabilité » et faire progresser les conditions de vie des couches les plus vulnérables de la société ;
- Servir les populations des secteurs ruraux et plus démunis ainsi que ceux qui résident dans des régions frontalières et dans des régions reculées ou éloignées ;
- Fournir une programmation qui tienne compte des besoins spécifiques des minorités et des communautés tribales.

Site web: <http://indiancabletv.net/prasarbharatiact.htm>

3.3.5 La France:

En France, contrairement à la plupart des pays, la radiotélévision de service public est sous la responsabilité d'un certain nombre de sociétés publiques différentes. Elles sont régies par la Loi de 1986 se rapportant à la liberté de communication. Le principal organisme de réglementation, le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA) est une structure statutaire indépendante, créée conformément à la Loi de 1989.

La loi régissant la Radiodiffusion est soumise à l'article 11 de la Déclaration des droits de l'Homme de 1789, qui garantit la libre circulation de la pensée et des opinions.

Il y a, en ce moment, six sociétés nationales de diffusion, cinq établies par la loi de 1986 et une autre par la loi de 1994. Trois sont des sociétés de télévision et trois des sociétés de radio. Il y a France 2, France 3, France 5, Radio-France, Radio France Outremer et Radio-France Internationale.

La notion voulant que la radiodiffusion privée soit aussi un service public plutôt qu'un simple exercice commercial est toujours très présente en France. Les principaux éléments du mandat de service public sont contenus dans l'article 1 de la Loi de 1986. Cet article prévoit, entre autres choses, que le CSA doit garantir l'indépendance et l'impartialité des organisations de radiotélévision de service public et s'assurer que tous les diffuseurs favorisent la qualité et la diversité de la programmation, la production audiovisuelle nationale ainsi que la langue et la culture françaises.

Plusieurs des obligations de service public prévues dans la Loi de 1986 sont imposées autant aux diffuseurs privés qu'aux diffuseurs jouissant d'un financement de l'Etat. L'article 15 rend le CSA responsable de s'assurer que les émissions diffusées, que ce soit par les réseaux publics ou les réseaux privés, ne portent pas atteinte à l'intégrité des enfants et des adolescents. L'article 14 interdit strictement toute publicité politique. Selon l'article 20, les diffuseurs nationaux doivent contribuer au développement des activités audiovisuelles nationales.

Les cinq sociétés publiques nationales, mentionnées plus haut, établies selon l'article 44

de la Loi de 1986, ont toutes le même statut. Pour ces sociétés, l'article 44 de la Loi de 1986 prévoit aussi la création d'un Comité de direction. Chaque comité compte 12 membres avec des mandats de trois ans. Les membres sont répartis comme suit : une personne représentant chaque chambre du Parlement, quatre personnes représentant l'Etat, quatre personnes qualifiées nommées par le CSA et deux personnes représentant les forces du travail. Cette structure est conçue de façon à s'assurer que les sociétés nationales de diffusion sont largement représentatives de la société et pour prévenir l'ingérence inopportune de quelque groupe politique que ce soit.

Trois structures exercent une forme d'autorité sur les organisations de radiotélévision de service public en France : le Parlement, le Gouvernement et le CSA. Le Parlement a une autorité sur l'ensemble du cadre légal de la Radiodiffusion, mais autrement, un contrôle direct limité. Il exerce aussi un pouvoir considérable sur le financement et peut déterminer la manière de diffuser les débats parlementaires. La première source de financement des organismes de radiotélévision de service public en France est la redevance annuelle payée par les propriétaires d'appareil de télévision. Le Parlement fixe le taux de cette redevance chaque année et approuve aussi la répartition de cette redevance parmi les différentes sociétés nationales.

À part la désignation des présidents des Comités de direction et la nomination des membres de ces structures, le CSA n'a pas le pouvoir d'interférer avec la direction des sociétés nationales de diffusion. Le CSA a le pouvoir direct de dicter les règles dans trois secteurs : la diffusion en période électorale, le droit de réplique et la diffusion de messages de partis politiques, de syndicats nationaux et de structures professionnelles.

Site web du CSA: <http://www.csa.fr/>

3.3.6 Le Canada:

Selon la Constitution canadienne, la Radiodiffusion est une affaire de juridiction fédérale compte tenu de son importante signification nationale. La pierre angulaire du régime législatif est la loi de 1991 sur la Radiodiffusion qui définit le mandat de base et la philosophie de la Radiodiffusion au Canada et crée une agence administrative indépendante, la Commission de la Radiodiffusion et des Télécommunications du Canada (CRTC), pour mettre en place et administrer la politique de radiodiffusion canadienne. La section 3(b) de la Loi sur la Radiodiffusion stipule que « le système canadien de Radiodiffusion devrait appartenir aux Canadiens et être contrôlé par eux de façon à sauvegarder, enrichir et renforcer le tissu culturel, politique, social et économique du Canada »

La Loi sur la Radiodiffusion confirme aussi que la Société Radio-Canada (SRC/CBC) est l'organisme de radiotélévision de service public du Canada. Le mandat de service public

de la SRC est décrit à la Section 3(1)(1) et (m) de la Loi sur la Radiodiffusion. L'organisme de radiotélévision national de service public est établi pour « fournir des services de radio et de télévision en incorporant un large éventail de programmes qui informent, éclairent et divertissent ». Plus spécifiquement, « la programmation de la Société devrait être distinctement et de façon prédominante canadienne, refléter le Canada et ses régions, contribuer effectivement à la circulation et à l'échange des expressions culturelles, être en anglais et en français, refléter les différents besoins et la situation de la communauté de chaque langue officielle, incluant les besoins particuliers et la situation des minorités linguistiques anglaises et française, s'efforcer d'être de qualité équivalente en anglais et en français, contribuer à une conscience et à une identité nationales, être disponible à travers le Canada par les moyens les plus appropriés et les plus efficaces dans la mesure des ressources disponibles, et refléter le caractère multiculturel et multiracial du Canada. »

Pour sa part, la SRC décrit sa mission comme étant celle « de raconter des histoires canadiennes et d'être le reflet des réalités canadiennes ». En dépit des pouvoirs étendus que la Loi sur la Radiodiffusion accorde au Gouvernement sur la SRC, sans parler de sa dépendance à des financements substantiels venant de trésor public, la SRC est fermement indépendante et fait fonctionner ce que plusieurs considèrent être le meilleur service d'information au Canada (19). Les journalistes de la SRC portent une attention considérable à la politique intérieure et sont souvent au premier plan d'enquêtes critiques sur la conduite du Gouvernement. Cette indépendance n'est pas simplement le produit de circonstances fortuites, mais elle est clairement établie dans la Loi sur la Radiodiffusion. De façon encore plus importante, la Section 46(5) affirme que, « la Société jouit, dans la réalisation de sa mission et dans l'exercice de ses pouvoirs, de la liberté d'expression et de l'indépendance en matière de journalisme, de création et de programmation ».

Selon la section 28 de la Loi sur la Radiodiffusion, le Cabinet a le pouvoir d'outrepasser les décisions de la CRTC, mais en pratique, il est rare que cela se produise. Plus important encore, la Loi sur la Radiodiffusion précise maintenant que le Cabinet peut prendre une telle action seulement s'il est convaincu que la décision de la CRTC déroge de la réalisation des objectifs du système de Radiodiffusion canadienne stipulés dans la Loi. Cette clause impose une obligation pour le Cabinet d'observer certains principes de justice et elle fait obstacle à ce qui serait autrement un pouvoir de décision purement discrétionnaire. La section 28(5) de la Loi exige que le Cabinet expose les raisons pour lesquelles il veut renverser une décision de la CRTC. Si le Cabinet tentait d'utiliser ces pouvoirs afin d'influencer politiquement la SRC, ceci jetterait presque certainement le discrédit sur les garanties de liberté d'expression et de presse contenues dans la section 2(b) de la Charte canadienne des droits et liberté.

Pour un complément d'information sur la SRC: <http://www.radio-canada.ca>

3.4 LA COMPATIBILITE DE LA RADIOTELEVISION DE SERVICE PUBLIC AVEC LES MEDIAS COMMERCIAUX

Il est juste de reconnaître que la vieille dichotomie entre le secteur public de la radiodiffusion (i.e. commandité par l'Etat) et la radiodiffusion commerciale, en relation avec la radiotélévision de service public, est toujours très présente. La vision moderne, qui gagne du terrain partout dans cette ère de mondialisation, veut que la radiotélévision de service public soit plus favorisée dans une combinaison de diffuseurs publics et commerciaux ; ce qui a entraîné d'importants changements dans les différentes réglementations adoptées par les Gouvernements. Une illustration de ce paradigme réglementaire changeant est fournie par l'acceptation sans équivoque par l'Union Européenne de la règle voulant que même si les Etats membres de l'Union Européenne « tiennent absolument à la radiotélévision de service public à titre de principal gardien de la liberté d'information, du pluralisme et de la diversité culturelle...la radiotélévision publique doit respecter les règles de base de l'économie de marché qui garantissent un développement sain du double système »(20).

Les gouvernements européens ont donc tenu à reconnaître le partenariat « public-privé » dans leur tentative de promouvoir la radiotélévision de service public. Afin de trouver un équilibre convenable entre le soutien à la radiotélévision publique et une certaine équité envers les diffuseurs commerciaux, un ensemble significatif de lois a été mis en place au cours des dernières années.

3.5 PROTOCOLE DE L'UNION EUROPEENNE SUR LE SYSTEME DE RADIODIFFUSION PUBLIQUE:

Le principe de base est inscrit dans le « Protocole sur le système de Radiodiffusion publique dans les Etats membres » annexé au Traité de l'Union européenne, tel qu'amendé à Amsterdam en 1997.

LES HAUTES PARTIES CONTRACTANTES,

CONSIDERANT 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,

SONT CONVENUES des dispositions interprétatives ci-après, qui sont annexées au traité instituant la Communauté européenne :

Les dispositions du traité instituant la Communauté européenne sont sans préjudice de la compétence des Etats membres de pourvoir au financement du service public de radiodiffusion dans la mesure où ce financement est accordé aux organismes de radiodiffusion aux fins de l'accomplissement de la mission de service public telle qu'elle a été conférée, défi-

nie et organisée par chaque Etat membre et dans la mesure où ce financement n'altère pas les conditions des échanges et de la concurrence dans la Communauté dans une mesure qui serait contraire à l'intérêt commun, étant entendu que la réalisation du mandat de ce service public doit être prise en compte.

Pour un complément d'information : (EU Protocol):
<http://www.poptel.org.uk/carole-tongue/pubs/prdocol.html>

3.6 LE JUGEMENT DE LA COURS EUROPEENNE DE JUSTICE SUR LA RADIOTELEVISION DE SERVICE PUBLIC

Il est intéressant de noter que dans un jugement récent, la Cour Européenne de Justice a posé certaines conditions strictes sous lesquelles la radiotélévision de service public doit fonctionner de façon à ce qu'il y ait un terrain d'action équitablement partagé entre tous les radiodiffuseurs. La radiotélévision de service public devrait, dit la cour, faire siennes d'importantes exigences de transparence, son mandat devrait être clairement précisé et un régulateur indépendant devrait surveiller sa performance. La cour fait aussi soigneusement remarquer que, dans leur promotion de la radiotélévision de service public, les gouvernements ne doivent pas permettre que les nouveaux médias soient étouffés.

En pratique, le double système a fonctionné raisonnablement bien. Au Royaume-Uni, par exemple, malgré la multiplication des télévisions par satellite et la diffusion par Internet, les radiotélévisions de service public obtiennent toujours 61,6 pourcent de l'auditoire total de foyers ayant accès à plusieurs chaînes – une donnée qui augmente à 70 pourcent aux heures de grande écoute (21).

3.7 LES EXPERIENCES NATIONALES DE RADIOTELEVISION DE SERVICE PUBLIC

Une étude portant sur les expériences nationales de radiotélévision de service public peut être utile de plusieurs façons ; l'une d'elles, et non la moindre, est l'identification des modèles de bonnes pratiques qui peuvent être reproduits dans d'autres pays, particulièrement là où la radiotélévision de service public est, en comparaison, un nouveau phénomène ou encore, là où le concept reste à implanter. Quatre aspects clés de la radiotélévision de service public seront examinés dans ce contexte.

3.7.1 La mission et les objectifs de la radiotélévision de service public

Malgré un très large consensus sur les objectifs essentiels de la Radiotélévision de service public, il y a des différences significatives dans la manière par laquelle chacune des nations

décrit les mandats de leurs organismes respectifs de radiotélévision de service public. La Charte royale (comme nous l'avons vue plus haut) selon laquelle la BBC – dont on peut dire qu'elle est la radiotélévision de service public la plus connue dans le monde – est constituée, exige que la Société offre des programmes d'information, d'éducation et de divertissement à titre de service public (article 3). Un autre document, le contrat de licence (Licence Agreement), établi entre le Gouvernement britannique et le Bureau des Gouverneurs de la BBC, exige que la programmation soit complète, détaillée et informée selon les critères les plus élevés, particulièrement en ce qui concerne leur contenu, leur qualité et leur intégrité éditoriale (Licence Agreement, clause. 3 – voir aussi la clause. 5 qui décrit ces critères de façon plus élaborée).

Au Canada, la Loi de 1991 sur la Radiodiffusion impose au principal organisme de radiotélévision de service public, la Société Radio-Canada (SRC/CBC), de « fournir des services de radio et de télévision comprenant un large éventail d'émissions qui informent, éclairent et divertissent » (Loi sur la Radiodiffusion, s. 3). Tel que mentionné plus tôt, la Loi dit que la programmation de la SRC/CBC doit « être distinctement et de manière prédominante canadienne, refléter le Canada et ses régions à un public national et régional tout en répondant aux besoins spéciaux des régions, qu'elle contribue activement à la circulation et à l'échange de l'expression culturelle, et cela en anglais et en français... »

Un langage similaire est utilisé dans la législation de plusieurs autres pays. La Loi de 1999 sur la Radiodiffusion en Afrique du Sud, par exemple, exige que la South African Broadcasting Corporation (SABC) fournisse des programmes qui « informent, éduquent et divertissent » sur le territoire national, incluant une part significative de programmation de nouvelles et d'affaires publiques rencontrant les plus hauts standards de journalisme (Loi sur la Radiodiffusion, s.10).

Une position légèrement différente est adoptée par la Loi sur la Radiodiffusion du Japon, qui exige de la principale radiotélévision de service public du pays, la Nippon Hoso Kyokai (NHK), que, tout en fournissant une programmation abondante et de grande qualité pour le bien-être du public, elle s'efforce particulièrement de satisfaire les souhaits de la population, d'accroître le niveau de civilisation, de populariser la civilisation moderne et de préserver les meilleurs caractéristiques du passé du pays (Loi sur la Radiodiffusion, 7, 44).

3.7.2 Les structures et les mécanismes d'administration

Les structures d'administration de la radiotélévision de service public varient considérablement entre les nations. Au Royaume-Uni, la BBC a été constituée comme une entité légale largement autonome avec un Bureau des Gouverneurs désigné, selon une prérogative royale, par le Premier ministre en fonction. Les gouverneurs sont choisis parmi des personnes qui se sont distinguées dans l'industrie, le service public, les arts et ainsi de suite,

en prenant soin de s'assurer que ceux qui sont désignés reflètent la diversité croissante de la population britannique. La Charte royale exige qu'un gouverneur soit nommé de chacun des pays constituant le Royaume-Uni : l'Ecosse, le Pays de Galles et l'Irlande du Nord. Le Directeur général est désigné par le Bureau des Gouverneurs et il a, en pratique, une liberté complète sur la programmation et les questions éditoriales. Les gouverneurs sont nommés pour une période fixe de cinq ans à moins qu'ils démissionnent avant la fin de leurs termes ou qu'ils soient écartés après avoir été déclarés en faillite, après avoir acquis des intérêts les mettant en conflits avec leurs devoirs en tant que Gouverneurs, qu'ils souffrent d'un désordre mental ou qu'ils se soient absentés des réunions pour une période de plus de trois mois sans consentement préalable. Les Gouverneurs peuvent aussi être écartés par prérogative royale, bien que ce pouvoir n'ait jamais été utilisé.

Une structure d'administration similaire existe pour l'Australian Broadcasting Corporation (ABC) une des deux principales radiotélévisions de service public en Australie. L'autre étant la Special Broadcasting Service Corporation (SBS), établie en 1975 avec le mandat de « fournir des services de radio et de télévision multilingues et multiculturels qui informent, éduquent et divertissent toute l'Australie » et qui « reflètent la société multiculturelle de l'Australie » (Loi de 1991 sur le Special Broadcasting Service, s.6). Selon la Loi de 1983 concernant l'ABC, un Bureau de directeurs composé d'un Directeur général et de six à huit autres directeurs est nommé par le Gouverneur général agissant selon l'avis du Cabinet. Seulement ceux ayant une expérience ou une expertise en radiodiffusion, communication, gestion, questions financières ou techniques, culture ou d'autres intérêts pertinents à la fonction de surveillance d'une radiotélévision de service public sont éligibles à une nomination. Les Directeurs peuvent aussi être écartés de leurs fonctions pour faillite, incapacité physique ou mentale, mauvaise conduite, défaut de remplir leurs devoirs ou absence sans consentement de trois réunions consécutives du Bureau ou plus. Le Bureau et l'ensemble de l'ABC sont protégés des ingérences politiques par la loi et par une forte pratique coutumière.

La France a pris une position légèrement différente relativement à l'administration de la radiotélévision de service public. Tel que mentionné plus haut, pas moins de six sociétés sont responsables de fournir les services de radiotélévision publique. Toutes sont régies par une même loi, la Loi de 1986 à propos de la Liberté de communication. Bien qu'ayant l'Etat comme seul actionnaire, chaque société est individuellement incorporée. Les sociétés sont soumises à des obligations de programmation différentes qui sont inscrites dans des chartes séparées, appelées cahiers des charges, transmis par le Gouvernement. La Loi de 1986 exige de chaque société qu'elle se dote d'un Bureau des directeurs composé de 12 membres. Les directeurs sont nommés par (ou représentent) le Parlement, l'Etat, les employés et la principale structure de régulation, le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA). Les directeurs remplissent un mandat de trois ans.

On retrouve aussi en Afrique du Sud une participation des parlementaires à l'administration de la radiotélévision de service public. La SABC a un Bureau de 12 membres nommés par le Président de la République sur recommandation de l'Assemblée nationale du pays. La Loi sur la Radiodiffusion de 1999 exige que l'Assemblée nationale, avant de donner avis au Président, publie une liste des candidats préparée conformément à un processus de nomination transparent, ouvert et permettant la participation du public. Les membres du Bureau doivent se soumettre à des règles strictes concernant les conflits d'intérêts et peuvent seulement être écartés pour mauvaise conduite ou incapacité à s'acquitter de leurs devoirs et, même là, seulement après une enquête en bonne et due forme par le Bureau. Un Comité exécutif, composé des membres du Bureau, est responsable du fonctionnement de la SABC au jour le jour.

3.7.3 Les mécanismes de financement des radiotélévisions de service public

Il y a des variantes considérables entre les pays concernant les mécanismes de financement des radiotélévisions de service public. Au Royaume-Uni, une proportion importante (plus de 80 pourcent) des revenus de la BBC vient d'une redevance que toute personne possédant un appareil de télévision dans le pays doit payer. Les activités commerciales constituent une autre source de revenus. Pour le fonctionnement de son « World Service », la BBC reçoit une subvention directe du Gouvernement britannique qui équivaut à près de 90 pourcent du budget de ce service.

Le financement pour les deux services de radiotélévision publique en Australie provient d'une subvention directe du gouvernement, qui s'élève à plus de 75 pourcent de leurs revenus respectifs. Le SBS est autorisée à tirer des revenus de la publicité et de la commandite, mais des conditions strictes sont attachées à de telles activités – par exemple, il ne peut pas y avoir plus de cinq minutes de publicité par heure de diffusion (La Loi sur le SBS, s.45). Le Parlement australien détermine le montant de la subvention sur la base d'une estimation des revenus et des dépenses soumise à l'avance.

La Société Radio-Canada (SRC/CBC) s'appuie aussi largement sur le financement de ses activités par l'Etat. On doit cependant noter que la SRC/CBC est autorisée à générer des revenus de la publicité. Au cours des récentes années, et pour palier à des coupures de financement de la part du gouvernement, la SRC/CBC a tiré 20 pourcent de ses revenus de cette source.

Il est intéressant de noter que la South African Broadcasting Corporation, est un des rares services de radiotélévision de service public à tirer la plus grande partie de ses revenus de la publicité et de ses activités commerciales. En 1999, cela représentait 76,5 pourcent du budget total de la SABC avec seulement 10 pourcent de financement venant du gouverne-

ment et seulement 13,5 pourcent venant de la redevance publique obligatoire. Les raisons qui expliquent cette piètre contribution de la redevance sont: (a) la taux très bas auquel la redevance avait été fixé et (b) et l'habitude largement répandue des propriétaires d'appareil de télévision de se soustraire frauduleusement au paiement de la redevance. À l'opposé, la NHK au Japon tire jusqu'à 98 pourcent de ses revenus de la redevance.

On constate donc clairement de grandes différences dans les mécanismes et les structures de financement entre les radiotélévisions de service public dans le monde. De plus en plus, les radiotélévisions de service public ont tendance à s'orienter vers un mélange de revenus commerciaux et de fonds publics ou de subventions l'Etat. La solution est de trouver un équilibre approprié entre les ressources financières publiques et les revenus commerciaux, étant entendu qu'une part trop importante de revenus commerciaux pourrait potentiellement avoir des répercussions sur l'indépendance, la qualité et la programmation des radiotélévisions de service public. (Pour des exemples de modèles de financement, voir le chapitre 7).

3.7.4 La surveillance de la radiotélévision de service public par les structures de réglementation

La plupart des systèmes de radiotélévision de service public ont des mécanismes de réglementation externes qui surveillent la performance et la conduite des diffuseurs. Au Royaume-Uni, la fonction de supervision est d'abord confiée aux trois Conseils nationaux de la diffusion (pour l'Angleterre et le Pays de Galles ainsi que pour l'Ecosse et l'Irlande du Nord), dirigé par le Gouverneur national et composé de membres qui représentent l'intérêt public. Ces Conseils examinent de façon continue la programmation et s'assurent qu'elle reflète les intérêts de leur public national respectif. Le Secrétaire d'Etat aux médias à la culture et au sport a aussi le pouvoir de vérifier si la BBC s'acquitte du mandat qui lui a été donné par la Charte royale et, dans des cas extrêmes de non-conformité, de révoquer la Charte. De façon plus controversée, le Secrétaire d'Etat a aussi le pouvoir de donner des directives à la Société afin d'empêcher la diffusion d'émissions ou de reportages sur des questions de certaines natures, souvent controversées (tel que vu plus tôt dans ce chapitre). Ce pouvoir fut exercé dans les années 90 quand le Secrétaire d'Etat donna la directive à la BBC de couper au montage la voix des porte-parole du Sinn Fein, un parti politique d'Irlande du Nord qui a des liens étroits avec un groupe terroriste interdit, l'Armée Républicaine Irlandaise. Une tentative par le Sinn Fein de défier l'interdit, autant devant les cours britanniques que devant la Commission Européenne des droits humains, fut infructueuse. On doit aussi noter que la BBC a elle-même certaines obligations réglementaires, telles que le fait de rendre disponible à tous les détenteurs de permis une déclaration annuelle décrivant ses services, ses normes et ses objectifs.

Au Japon, la surveillance de la radiotélévision de service public – et des diffuseurs en géné-

ral – est exercée par un organisme consultatif de la Radiodiffusion qui s'intéresse à la qualité et au service de programmation. Une structure consultative centrale et des structures régionales de la NHK examinent les recommandations du Comité consultatif. Les membres de ces structures sont désignés par le Président parmi des personnes ayant les connaissances nécessaires et l'expérience dans leur champ d'activité respectif. De plus, le ministre des Postes et des Télécommunications a certains pouvoirs vis-à-vis de la NHK dont celui de lui demander d'entreprendre une recherche dans le but d'améliorer sa programmation.

Tel que déjà mentionné, en France, une structure statutaire, le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA), est la principale autorité de réglementation. Cette structure est entièrement financée par l'Etat. Elle est composée de neuf membres, trois sont nommés par le Président de la République, trois par l'Assemblée nationale et trois par le Sénat. Les membres sont désignés pour un mandat de six ans et ne peuvent occuper aucune autre fonction publique. Bien que le CSA ait le pouvoir d'établir des règles dans certains domaines (tels que la diffusion des élections et la diffusion des messages des partis politiques, il ne peut pas intervenir dans les décisions éditoriales des sociétés de radiotélévision de service public. Il peut tenter des procédures légales contre telle ou telle société, si cette société semble avoir violé l'une de ses obligations conformément à la Loi sur la liberté de communication ou selon sa propre charte. Le CSA soumet un rapport annuel au Président de la République et au Parlement.

En Afrique du Sud, la juridiction réglementaire sur la SABC est exercée par le Ministre des Communications et une autorité indépendante de Radiodiffusion créé par un statut (La Loi de 1993 sur l'Independent Broadcasting Authority). Le rôle du ministre est limité aux questions financières (il doit, par exemple, approuver tout emprunt extérieur fait par la SABC), alors que l'IBA se charge de la législation concernant les contenus. La SABC est obligée de se soumettre à un Code de Conduite contenu dans la Loi de l'IBA, et tout manquement à ce code – ou à la charte de la SABC – provoquera une intervention de l'IBA. Compte tenu des pouvoirs étendus conférés au ministre dans le domaine du financement, – il a, en fait, le contrôle des cordons de la bourse de la SABC – ce système peut potentiellement jeter une ombre sur l'indépendance réelle de la SABC.

3.8 CONCLUSION

Il y a donc un consensus sur le fait que de fortes garanties constitutionnelles sur la liberté d'expression et sur la liberté des médias, à l'intérieur d'un cadre légal, fournissent un bon point de départ pour un système de radiotélévision de service public efficace. Deuxièmement, il est utile d'avoir des structures de réglementation qui sont : (a) légalement protégées des ingérences politiques, et (b) composées d'hommes et de femmes de la plus grande intégrité et compétence. Troisièmement, une attention suffisante doit être portée afin de s'assurer que les radiotélévisions de service public soient adéquatement financées : qu'elles soient pourvues des ressources qui doivent, pour le moins, être en adéquation avec la programmation et les autres objectifs établis. Quatrièmement, le système, dans son ensemble doit être responsable devant le public, de façon à : (a) ce qu'il reflète les visions et les aspirations de ceux qu'il doit servir et (b) ce que le respect de leurs obligations soit soumis à un processus d'examen continu.

Bien que les nations, les gouvernements et les radiodiffuseurs puissent apprendre beaucoup des systèmes et des pratiques à l'extérieur de leurs propres juridictions, il serait simpliste d'assumer que la reproduction intégrale de ces systèmes et pratiques dans un environnement différent produirait les mêmes résultats positifs. Comme dans d'autres domaines d'activité, le succès ou l'échec de la radiotélévision de service public dépend d'un certain nombre de facteurs incluant l'histoire locale, la géographie, la culture, le génie politique, ainsi que des conditions sociales et économiques. Toute politique qui ne tiendrait pas compte de tels facteurs est vouée à l'échec.

3.9 RESSOURCES

3.9.1 Organismes et organisations

- British Broadcasting Corporation: <http://www.bbc.co.uk/>
- Société radio-Canada/Canadian Broadcasting Corporation: <http://www.cbc.ca>
- Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA): <http://www.csa.fr/>
- Union Européenne: "Protocol on Public Broadcasting": <http://www.poptel.org.uk/carole-tongue/pubs/protocol.html>
- NHK (Société de radiodiffusion du Japon): <http://www.nhk.or.jp>

3.9.2 Publications

- > Rapport du Comité d'examen du fonctionnement de Pasar Bharati (nd). Tiré le 8 juin 2005 du site : <http://www.scattmag.com/govt%20policies/rcpb1.htm>
- > AIBD: *Rencontre AIBD FES SBA sur les aspects légaux, financiers et administratifs de la Radiotélévision de service public, Singapour. Kuala Lumpur: Asia-Pacific Institute for Broadcasting Development, 2000.*

- > Hibbert, M.: *Reform of public service broadcasting in Italy. Media, Culture & Society, Vol 23, 2001 pp.233–252.*
- > McQuail, D.: *Public service broadcasting: Both free and accountable. The Public Javnost, 2003, 10(3), pp.13–23.*
- > Mendel, T.: *Media council bill gives Thai government control over broadcasters, Article 19 Press Release 03–006, Bangkok, 2002.*
- > Mendel, T.: *Public service broadcasting: A comparative legal survey. Kuala Lumpur, Malaisie: UNESCO & AIBD, 2002.*
- > Widiastuti, D.: *Repressive Indonesian broadcasting bill. Jakarta, Indonesia: Article 19, 2002.*
- > Tian, C.: *To strengthen broadcasting legislation and promote the public service function of broadcasting. Document présenté à la conférence internationale sur les fonctions du service public de radiodiffusion: la perspective Asie-Pacifique, Kuala Lumpur, décembre 1997.*
- > Chua, S. K.: *The limits to government regulations: The case of the new (digital) media services. Document présenté à la conférence de l'AMIC CBA SCS/NTU sur la Radiotélévision de service public: Progresser dans un environnement de radiodiffusion diversifié, Singapour, février 1998.*
- > Peiris, J.: *The limits to government regulations. Document présenté à la conférence de l'AMIC CBA SCS/NTU sur la radiodiffusion de service public: Progresser dans un environnement de radiodiffusion diversifié, Singapour, février 1998.*
- > Wagner, M.: *Competition regulation, state aid and the impact of liberalization. Document présenté lors d'un séminaire sur la Libéralisation et la Radiodiffusion de service public, Londres, 15 octobre 1999.*
- > Rumphorst, W.: *Model public service broadcasting law with introductory note and explanatory comments plus as a supplement: Aspects of regulating commercial broadcasting. Document présenté à la conférence: Dialogue Europe-Asie-Pacifique sur la radiotélévision de service public, Quezon City, Philippines, décembre 1999.*
- > Kor, V.: *Legal aspects of public service broadcasting: The Singapore perspective. Document présenté à la Rencontre de l'AIBD FES SBA sur les aspects légaux, financiers et administratifs de la Radiotélévision de service public, Singapour, juin 2000.*
- > Rumphorst, W.: *Legal aspects of public service broadcasting. Document présenté à la Rencontre de l'AIBD FES SBA sur les aspects légaux, financiers et administratifs de la radiotélévision de service public, Singapour, juin 2000.*
- > AIBD: *A draft model on legal status of public service broadcasting. Kuala Lumpur, Malaisie: Asia-Pacific Institute for Broadcasting Development, août 2000.*
- > Burt, T.: *BBC sets out vision in fight for charter. Financial Times, 30 juin 2004, p.1.*
- > Manalastas, M.: *The GATS issue: Dealing with international entities. Document présenté à la conférence internationale: Dialogue Europe-Asie-Pacifique sur la radiotélévision de service public, Quezon City, Philippines, 2 novembre 1999.*

3.9.3 Websites

- > Modèle de loi pour les radiotélévision de service public:
http://www.bild.net/model_law.htm
- > Prasar Bharati (Broadcasting Corporation of India) Act, 1990:
<http://indiancabletv.net/prasarbharatiact.htm>
- > SCALEplus, le système de recherché d'information légaledu service du Procureur général australien: *<http://scaleplus.law.gov.au/home.htm>*

Notes

- (14) Paschal Mooney, *Public service broadcasting report by the Committee on Culture, Science and Education*, Doc.10029, Assemblée parlementaire du Conseil de l'Europe, 12 janvier 2004
- (15) Werner Rumphorst. *Model Public Service Broadcasting Law*, http://www.bild.net/model_law.htm (2003).
- (16) Ibid
- (17) Paschal Mooney. *Public service broadcasting report by Committee on Culture, Science and Education*, Doc.10029, Assemblée parlementaire du Conseil de l'Europe, 12 janvier 2004.
- (18) Ibid.
- (19) Toby Mendel : *Public service broadcasting, a comparative legal study*, UNESCO/Asia-Pacific Institute for Broadcasting Development, Kuala Lumpur, 2000.
- (20) H. Ungerer : *Legal and Regulatory Aspects of Public Service Broadcasting*, Document présenté lors d'une conférence sur le secteur public de la radiodiffusion, Bucarest, 19 et 20 septembre 2003, Document COMP/C2/HU/rdu(2003) de la Commission européenne.
- (21) *A New Future for Communications*, Livre blanc publié par le Gouvernement du Royaume-Uni, cité dans Monroe E. Price and M. Raboy, *Public Service Broadcasting in Transition : A Documentary Reader*, Oxford : Programme in Comparative Media Law and Policy, Centre d'études socio-légales, Université d'Oxford, 2001

4.1 INTRODUCTION

Dans ce chapitre, nous examinerons les pratiques qui ont été utilisées avec succès, ou qui sont toujours utilisées, par les radiotélévisions de service public dans le but de favoriser la participation de la population. Cette participation est cruciale au renforcement de la position de la radiotélévision publique en tant que forme de radiodiffusion nécessaire et pertinente. Elle peut, de plus, accroître le pluralisme et la diversité de la programmation disponible pour les différents publics.

4.2 DEFINITION DE LA PARTICIPATION

DU CITOYEN ET L'ACTION DE L'UNESCO

Dans ce chapitre, la participation du citoyen ou de la population signifie l'accès du public à la radiotélévision de service public et le dialogue qui s'établit entre la radiotélévision de service public et le public. Contrairement aux autres formes de radiodiffusion, les radiotélévisions de service public, parce qu'elles tentent d'établir un dialogue avec leur public, en arrivent à une meilleure compréhension de ses attentes quant aux catégories et aux genres de programmes. Le but ultime de la radiotélévision de service public est d'informer, d'éduquer et de divertir. Elle ne devrait pas tenter de réaliser cet objectif en se disant « nous savons ce qui est bon pour le public », mais plutôt en consultation, de façon à déterminer les valeurs et les priorités des citoyens et de la société en général.

La première phase du Sommet mondiale sur la Société de l'Information (SMSI) a inscrit dans sa déclaration de principe « notre volonté et notre détermination communes d'édifier une société de l'information à dimension humaine, inclusive et privilégiant le développement, une société de l'information dans laquelle chacun ait les possibilités de créer, d'obtenir, d'utiliser et de partager l'information et le savoir » et dans laquelle aussi « les médias traditionnels, quelle que soit leur forme, jouent un rôle important. » (22)

« Donner à la population la capacité d'agir sur son environnement grâce l'information et à la connaissance, en insistant sur la liberté d'expression, » est la principale priorité de l'UNESCO dans le domaine de la communication et de l'Information. Les médias, nouveaux et traditionnels, la presse écrite et la Radiodiffusion joueront un rôle crucial ; la radiotélévision de service public ainsi que les radios communautaires et les centres multi-média fourniront l'accès à l'information et au savoir à travers des contenus diversifiés reflétant les besoins, les préoccupations et les attentes des différents publics visés.

L'UNESCO s'est engagée à encourager la prise en main des médias par les citoyens ainsi que le dialogue entre les médias, particulièrement les radiodiffuseurs, et les groupes de la société civile. Les termes exacts dans lesquels ce dialogue doit être établi varient d'une société à une autre. Le principe sous-jacent doit cependant être une confiance mutuelle. Premièrement, les organismes de médias doivent être confiants que le public comprendra les contraintes pratiques auxquelles sont soumis les médias, spécialement la

radio et la télévision, surtout lorsqu'elle dépendent des revenus commerciaux ou quand elles sont financées par des subventions directes du gouvernement, sans compter les pressions auxquelles sont soumis les professionnels des médias. Deuxièmement, le public doit faire confiance aux radiodiffuseurs et aux médias en général pour qu'ils prennent ce dialogue au sérieux, non pas en l'utilisant comme une occasion d'améliorer leurs relations publiques et en négligeant de reconnaître leurs obligations d'intégrité professionnelle.

Deux ateliers sur la prise en main des médias par les citoyens et sur la participation des citoyens à la Radiodiffusion, organisés par l'UNESCO en collaboration avec l'Asia Pacific Institute for Broadcasting Development (AIBD) et le Conseil mondial des radiotélévisions (CMRTV) à Kuala Lumpur en avril 2004 et mai 2005, ont examiné le rôle de la société civile et des citoyens quant à l'amélioration de la qualité des médias en général et de la radiodiffusion en particulier et ils ont encouragé le suivi des actions.

« La participation et le rôle essentiel d'un groupe d'acteurs, c'est-à-dire les citoyens de chaque pays qui forment le public » étaient perçus par les participants à l'atelier d'avril 2004 comme « un chaînon faible dans la relation entre les acteurs principaux, c'est-à-dire, les diffuseurs, les gouvernements, les législateurs et les citoyens... Une relation solide, basée sur une confiance mutuelle, entre les citoyens et les diffuseurs est essentielle à l'existence d'organismes de médias libres et forts et au fonctionnement d'une saine démocratie » (23)

Un site web et une publication, concernant la prise en main des médias par les citoyens, préparés par monsieur Javed Jabbar, ancien ministre et sénateur, fondateur de la "Citizen's Media Commission" du Pakistan, ont été encouragés et soutenus par l'UNESCO. Le site « web » représente un résultat très positif suite à une recherche laborieuse et à des études de cas, incluant la « Citizens Media Commission » du Pakistan, tout autant que la mise sur pied d'un site « web » sur les médias des citoyens dont l'objectif est d'aider à bâtir une « Société de l'Information centrée sur la population et orientée vers le développement, où chacun peut créer, avoir accès, utiliser et partager l'information et la connaissance et dans laquelle les médias traditionnels, quels qu'ils soient, ont un rôle important à jouer ». Ces initiatives devraient aussi faciliter la création d'associations de citoyens intéressés par la qualité de la radio et de la télévision, par les médias des citoyens et par le dialogue entre les citoyens et les médias, particulièrement les radiodiffuseurs et les groupes de la société civile.

Une publication sur les citoyens et les médias intitulée *Media Matter – Citizens Care. The who, what, when, where, why, how and buts of citizens' engagement with the media* a été écrite par l'éminent journaliste et universitaire Ammu Joseph. Ce livre est un plaidoyer en faveur d'une interactivité entre les citoyens et la radiotélévision publique et communautaire. Cette publication s'adresse à tous ceux qui veulent contribuer à l'inclusion sociale et au renforcement de la société civile. (24)

Pour information complémentaire: <http://www.wiredet.com/cmd/>;
http://portal.unesco.org/ci/en/ev.php-URL_ID=19137&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html

4.3 LES STRUCTURES DE SURVEILLANCE DE LA RADIOTELEVISION PUBLIQUE

Un examen des contenus et des méthodes de programmation par des citoyens indépendants ou par des structures communautaires est important afin de formuler des avis sur la radiotélévision de service public ou pour faire pression afin d'améliorer le contenu d'une programmation qui doit traiter des préoccupations et des exigences du public. Quelques exemples de ces associations de citoyens et de ces groupes de pression sont mentionnés ci-dessous.

4.3.1 FRIENDS of Canadian Broadcasting (Canada):

Créée en 1985, FRIENDS of Canadian Broadcasting est une association non partisane, bénévole et indépendante qui couvre tout le pays et qui est appuyée par 60,000 foyers à travers le Canada, dont la mission est de défendre et d'accroître la qualité et la quantité de la programmation canadienne et du système audiovisuel canadien. FRIENDS n'est affiliée à aucun diffuseur ou parti politique.

FRIENDS s'appuie sur les dons des individus afin de financer son rôle de « chien de garde », ses initiatives concernant les politiques publiques, son leadership en matière d'opinion publique et ses recherches. Les contributions des organismes qui détiennent des permis de radiodiffusion ne sont pas acceptées.

Les membres de l'association effectuent régulièrement des recherches et ils préparent et soumettent des dossiers sur le système de radiodiffusion. Ils comparaissent devant les commissions parlementaires et lors des audiences du Conseil de la Radiodiffusion et des télécommunications du Canada (CRTC), au nom de leurs adhérents, afin de présenter des propositions pour une augmentation du contenu canadien et une amélioration de la qualité.

Pour un complément d'information: www.friends.ca

4.3.2 Voice of the Listener & Viewer (Grande-Bretagne):

En Grande-Bretagne, Voice of the Listener & Viewer (VLV), est une association indépendante et sans but lucratif, fondée par ses membres, administrée démocratiquement et libre de toute affiliation politique, sectaire ou commerciale. Elle représente les intérêts du citoyen et du consommateur en ce qui touche la radiodiffusion.

VLV fut fondée en 1983 afin de répondre à la première menace de faire de BBC Radio 4 un service continu de nouvelles et d'affaires publiques. Après avoir lancée et gagnée cette

campagne, VLV travaille maintenant à s'assurer que les auditeurs et les téléspectateurs restent informés des développements en cours dans le domaine de la Radiodiffusion en Grande Bretagne, notamment en ce qui concerne les nouvelles législations proposées, la consultation publique sur les politiques de radiodiffusion et l'impact probable de la technologie numérique.

VLV représente une voix à travers laquelle les auditeurs et les téléspectateurs peuvent faire connaître leurs points de vue aux membres du Parlement, aux ministères, à la BBC, à l'ITC et aux autres structures intéressées au Royaume-Uni, en Europe et ailleurs dans le monde. Par son programme de conférences, la VLV s'engage dans des débats avec les personnes de premier plan dans le domaine de la Radiodiffusion, avec les principales personnalités politiques et avec les législateurs. Elle fournit un forum accessible où tous ceux qui s'intéressent à la radiodiffusion peuvent se rencontrer d'égal à égal. La VLV ne traite pas les plaintes.

La VLV tient à jour une liste de conférenciers, proches de l'organisation, qui interviennent, au nom de la VLV, dans de nombreuses réunions, conférences ou rencontres avec des groupes d'étudiants. Les conférenciers ne sont pas rémunérés mais une contribution aux frais de déplacements est appréciée. La VLV travaille avec plusieurs autres organisations pour soutenir la radiotélévision de service public et des médias indépendants diversifiés et de qualité.

Pour un complément d'information: <http://www.vlv.org.uk/>

4.3.3 Friends of the ABC (Australie):

En Australie, « Friends of the ABC » a pour but de défendre et de promouvoir l'Australian Broadcasting Corporation (ABC) dans son rôle vital en tant que radiodiffuseur national indépendant. « Friends of the ABC » est fondamentalement un groupe de pression qui s'oppose à tous les efforts faits pour censurer l'ABC ou pour compromettre son indépendance par l'introduction de la publicité.

« Friends of the ABC » est une structure nationale qui fonctionne essentiellement à travers des organismes d'Etat. Elle tient aussi à jour un centre de références sur le « web » afin que les personnes intéressées puissent obtenir des informations sur l'ABC, les menaces qui pèsent sur elle et les autres questions politiques ou législatives qui la concernent.

Pour un complément d'information: <http://www.friendsoftheabc.org>

4.3.4 Citizen's Media Commission (Pakistan):

La Citizen's Media Commission (CMC) du Pakistan est une coalition informelle fondée en 1997 par quelques individus associés au monde des arts, aux droits de la femme, à la communication, au secteur juridique et à l'entreprise. La Commission est dirigée par un ancien « Chief Justice » de la Cour Suprême du Pakistan et elle est présidée par un ancien ministre de l'Information du Pakistan, Javed Jabbar. Alors qu'il était essentiel d'essayer de continuer à utiliser les

médias pour faire valoir les points de vue des citoyens, et bien que le système judiciaire demeurait une institution importante où se pourvoir en recours, il y avait un besoin croissant de mettre sur pied un processus par lequel une perspective purement citoyenne sur le rôle des médias et sur les questions touchant les médias, une vision indépendante, à la fois des médias et du gouvernement, puisse s'articuler et avancer sur une base durable. Ainsi, dès le départ, le but était de devenir un forum pour susciter la discussion sur certaines questions et pour prendre des initiatives, au nom des citoyens, concernant leur relation avec les médias; ce qui devrait ouvrir les médias pakistanais à l'idée d'une plus grande participation des citoyens. Au cours des sept dernières années, la Journée pour la liberté des médias électroniques (Electronic Media Freedom Day) s'est tenue régulièrement. On traite, à cette occasion, des questions d'accès aux médias et d'équité dans les médias. La participation à cette journée est importante et la couverture par les médias est bonne. Bien que la Commission n'ait pas encore de site « web » (au moment de la publication) elle a publié plusieurs monographies. En 2005, la CMC a commencé à organiser des chapitres locaux dans différentes provinces et villes à travers le Pakistan.

4.3.5 Citizens for Independent Public Broadcasting (Etats-Unis):

Aux Etats-Unis, Citizens for Independent Public Broadcasting (CIPB) est une organisation qui recrute ses membres à l'échelle nationale et qui consacre ses énergies à inciter le public à retourner vers la radiotélévision publique de façon à ce que chacun puisse se joindre au débat sur l'avenir de la nation.

CIPB entend créer une coalition nationale pour édifier un soutien massif dans ce but. Pendant ce temps, les chapitres locaux de CIPB travaillent à la démocratisation de l'administration et de la programmation des stations de radiotélévision publique de leur communauté. CIPB agit un peu comme un bureau où sont centralisées les activités et les réalisations de ces chapitres locaux ainsi que les émissions disponibles pour diffusion sur les plans national et local.

Au niveau national, CIPB a préparé une proposition pour la création d'un « Public Broadcasting Trust » (PBT) qui serait financé de façon indépendante et responsable devant le public. Au niveau de la communauté, CIPB met sur pied des chapitres locaux et travaille avec des organismes nationaux partenaires pour démocratiser les services de radiotélévision publique de la communauté.

Pour un complément d'information: <http://www.cipbonline.org/>

4.4 DONNER UNE VOIX A LA POPULATION

Le peuple devrait être l'ultime bénéficiaire de quelque réseau de radiotélévision de service public que ce soit. C'est pour cette raison que le public devrait avoir un rôle aussi important dans le processus général. Au niveau de la communauté, les organisations éducatives et sans but lucratif devraient s'impliquer dans la programmation. Les journalistes et les producteurs devraient être invités à tenir compte des points de vue de la population dans leurs reportages et dans les programmes au jour le jour.

Dans plusieurs pays d'Asie, d'Afrique et d'Amérique Latine, il n'y a pas de radiotélévisions de service public dans le vrai sens du terme mais plutôt des services de radiodiffusion d'Etat. Toutefois, à l'intérieur de ces services de radiotélévision d'Etat, on peut retrouver des éléments des modèles et des procédures qui se rapprochent de la radiotélévision de service public. Nous allons présenter quelques-uns de ces modèles dans ce chapitre comme exemple de pratiques réussies en termes de participation de la population aux contenus de programmes.

4.4.1 Mukyamantri tho Mukhamukhi' (Inde):

Un bon exemple de radiotélévision publique facilitant la participation du public et agissant en chien de garde, était le 'Mukyamantri tho Mukhamukhi' (Face à face avec le Premier ministre). Une émission de télévision en Telugu sur Hyderabad Doodarshan quand Naravarapally Chandrababu Naidu était Chief Minister (25) de l'Andra Pradesh, un Etat du sud de l'Inde. (26) Une session de questions et de réponses était diffusée en direct avec le Premier ministre qui répondait aux questions des téléspectateurs toutes les semaines (les lundis à 19h00) pendant 30 minutes. N'importe quel téléspectateur, de quelque que région de l'Etat que ce soit, pouvait appeler et poser ses questions en direct. Le Premier ministre lui répondait en onde. Les téléspectateurs appelaient habituellement pour exposer leurs problèmes ou leurs plaintes à propos de l'inaction des bureaucrates dans leur cas particulier. Le Premier ministre essayait de régler les problèmes posés et il rappelait le téléspectateur pour lui faire part de ce qui avait été fait. Cette émission a suscité une réaction positive du public et elle a forcé les lents mécanismes du gouvernement à traiter plus rapidement les problèmes de la population de peur d'être porté à l'attention du Premier ministre.

C'est une caractéristique particulièrement importante de la radiotélévision publique de donner au citoyen la chance de débattre directement des politiques du gouvernement avec ses dirigeants. C'est une formule rarement utilisée même dans les sociétés démocratiques occidentales. En impliquant les communautés locales dans la programmation au jour le jour, les radiotélévisions de service public s'assureraient que les besoins de la communauté sont comblés et elles encourageraient aussi la population à s'impliquer dans le processus démocratique de manière plus interactive. De telles pratiques encouragent le public et lui donnent les moyens de participer plus activement à la vie publique et d'assurer une surveillance indépendante sur les institutions démocratiques dans cette époque dominée par le corporatisme.

4.4.2 'Natang Sangkhom' (Thaïlande):

En 2004, le ministre du Développement social et de la Sécurité des personnes a lancé une nouvelle émission de radio "Natang Sangkhom" (fenêtre sociale), afin de permettre aux auditeurs de présenter une plainte ou d'exposer leurs opinions à l'antenne. L'émission était en deux parties. La première, qui durait 50 minutes, était diffusée à 14h10 du lundi au vendredi sur FM 92,5 MHz et AM 891 KHz, en direct et elle présentait des discussions sur des problèmes sociaux, de courts reportages et une tribune téléphonique. La deuxième partie, était une fiction de 20 minutes sur une question sociale. Elle était diffusée les week ends entre 19h30 et 20h00 sur AM 891 KHz. Le gouvernement a donné à Radio Thaïlande 2,5 millions de baht (environ 61,000 dollars des Etats-Unis) pour mener à bien ce projet.

4.4.3 C-SPAN (Etats-Unis):

Le C-SPAN (Cable Services Public Affairs Network) fut créé par l'industrie du câble aux Etats-Unis en tant que service public pour leurs clients. L'objectif déclaré de C-SPAN était de fournir à son public un accès direct aux séances des deux chambres du Congrès sans aucune forme de censure ou de montage. De plus, le réseau offrait aux élus et aux autres représentants de l'administration publique un canal direct pour rejoindre le public. Parmi les émissions les plus regardées de C-SPAN, on retrouve des tribunes téléphoniques où le public peut exposer ses opinions et poser des questions aux législateurs ou aux représentants de l'administration publique.

4.4.4 Talk-Back with the President**(En direct avec le Président) (Sri Lanka):**

En janvier 2004, au Sri Lanka, dans une période d'intenses débats dans la communauté sur la direction du processus de paix avec l'organisation « Liberation Tigers of Tamil E lam » (LTTE), le Président Chandrika Kumaratunga est venu en direct sur la chaîne de radio nationale de la Sri Lanka Broadcasting Corporation pour expliquer la politique du Gouvernement et pour prendre un certain nombre d'appels des auditeurs qui voulaient discuter de cette politique. Quelques appels furent critiques à l'endroit de la politique du Président et il en est ressorti certains débats stimulants.

4.5 FACILITER LA PARTICIPATION DU PUBLIC A LA**GESTION DE LA RADIOTELEVISION DE SERVICE PUBLIC**

La participation du public à la radiotélévision de service public est une question complexe. Elle peut être envisagée selon différents critères : d'un point de vue légal comme, par exemple, à travers une procédure de nomination des structures d'administration de la radiotélévision de service public ou en créant dans la programmation des créneaux pour des émissions avec participation du public. La participation peut aussi être suscitée sans réglementation à travers un processus interne.

Article 19(27) affirme que les représentants du public qui établissent les règles de la radiotélévision de service public doivent être nommés de façon à minimiser les risques d'ingérence politique ou commerciale. La procédure doit être clairement décrite dans la loi et elle doit être transparente et démocratique. **Pour maximiser la participation du public, la loi doit prévoir l'exclusion des personnes suivantes de ces fonctions :**

- > Les fonctionnaires de l'Etat ou du Gouvernement.
- > Le personnel des partis politiques ou attaché à des personnes détenant des postes électifs ou nommées par le Gouvernement.
- > Les administrateurs, les actionnaires et ceux qui ont des intérêts commerciaux dans l'industrie des télécommunications.

4.5.1 Les Conseils de la Radiodiffusion (Allemagne):

En Allemagne, la radiotélévision publique jouit d'une protection spéciale selon la constitution. L'article 5 de la Loi garantit non seulement la liberté d'opinion pour les citoyens et la liberté de la presse, mais aussi, spécifiquement, la liberté des contenus diffusés sur les ondes. Il est particulièrement significatif que la liberté de diffusion soit régie par la section de la constitution portant sur les « droits fondamentaux ». Ces droits fondamentaux sont la première ligne de défense des citoyens contre l'Etat. Il en résulte que les organismes de radiodiffusion ne peuvent pas être incorporés dans les structures de l'Etat. Ils sont indépendants. Ainsi le gouvernement n'a aucune influence sur le contenu diffusé. Selon ce système, les bases de la Radiodiffusion allemande ne sont pas établies par le Parlement mais par la Cour Suprême ou la Cour Fédérale Constitutionnelle. Les cours doivent seulement interpréter la législation à l'occasion d'un désaccord ou pour combler les lacunes restantes dans les clauses statutaires

L'indépendance accordée au secteur de la radiotélévision publique, à travers la législation, est telle que le gouvernement de l'Etat ne peut donner aucune directive ou interférer dans sa programmation, sauf pour faire remarquer si et quand les radiodiffuseurs sont en infraction avec la loi.

Les Conseils de la Radiodiffusion (BC) constituent la base de la radiotélévision de service public allemande et, selon la loi de chacun des Etats (Länders), ils seraient formés d'un nombre variant entre 11 et 66 personnes non rémunérées. Ces personnes représentent des groupes influents et des organisations comme les églises, les syndicats, les associations d'employés, les partis politiques, les associations sportives, culturelles et sociales, etc. Le contrôle annuel du budget et des programmes des diffuseurs – en ce qui concerne l'équilibre la diversité des opinions – fait partie des fonctions des Conseils. (28)

4.6 STRUCTURES CONSULTATIVES POUR RENDRE

PLUS CONCRETE LA PARTICIPATION DE LA POPULATION

Pour aider les différents secteurs de la communauté à avoir accès au système de radiotélévision de service public, des structures consultatives peuvent être créées. Ces structures pourraient aider les radiodiffuseurs dans l'examen des normes de programmation, la création de critères d'accès et l'attribution des périodes de diffusion.

4.6.1 Le Comité de la Radiodiffusion (Kenya):

Pendant plusieurs années, le Conseil national des églises du Kenya (NCCK) et la Mission catholique ont maintenu conjointement un Comité de la Radiodiffusion (BC) chargé de formuler la politique chrétienne de la Radiodiffusion. Le Comité a la responsabilité de préparer la grille de diffusion des églises participantes et de déterminer quelles églises doivent produire quels programmes pour quel service vernaculaire. Ces décisions sont le reflet de la popularité relative et de l'influence des églises auprès des différents groupes ethniques.

A travers le Comité de la Radiodiffusion, les églises, qui ont leurs propres équipements de production, produisent des émissions pour Voice of Kenya (VOK), le diffuseur national. Les fonctions de gardien des normes du Comité rendent inutile tout exercice de censure de la part de la VOK. La VOK se réserve cependant le droit de visionner avant la diffusion toutes les productions afin de s'assurer de la qualité des standards. **Le Comité de la Radiodiffusion du NCCK dispose toutefois de lignes directrices claires pour toute diffusion d'émissions religieuses dont les suivantes :**

- > Les porte-parole de l'église doivent éviter d'apparaître comme appartenant à une confession ;
- > Ils doivent parler au nom de toutes les églises du Kenya ;
- > Ils ne doivent pas ridiculiser ou critiquer les autres églises ou les autres religions ;
- > Ils peuvent prêcher contre les malaises sociaux, mais doivent porter attention à ne pas blâmer le gouvernement pour ces problèmes ou donner à la population des messages qui peuvent « l'embrouiller et la conduire à mépriser le gouvernement ou d'autres personnes».

Toutefois, comme les leaders des églises ont une extraordinaire influence sur la société kényenne, quelques-uns ont sévèrement critiqué les politiques du gouvernement et ont appelé les dirigeants politiques à s'amender. Avant les élections de 1988, le clergé, dans ses émissions, a été critique de la conduite du processus électoral par le gouvernement. Cela a conduit quelques politiciens à accuser le clergé d'exploiter les garanties constitutionnelles concernant la liberté de culte pour utiliser les ondes afin de se prêter au débat politique. Ces politiciens ont invité les églises à rester en dehors de la politique (29).

4.7 LES MECANISMES DE CONSULTATION POUR PERMETTRE LA PARTICIPATION DE LA POPULATION A LA PROGRAMMATION

La participation du public à la radiotélévision de service public a deux volets. En plus de permettre à la voix du public de se faire entendre dans le cadre des émissions, elle se manifeste aussi dans les mécanismes de consultation qui assurent le maintien de la qualité, de la pertinence et de la justesse de la programmation.

4.7.1 Evaluation de la qualité de la programmation à la NHK:

La NHK, le diffuseur national du Japon, commande périodiquement une recherche indépendante qui s'intéresse à la qualité de la programmation offerte. On part de l'hypothèse que la qualité de la programmation signifie qu'elle rencontre les standards et qu'elle remplit les objectifs de service public (30).

Dans le cas de la NHK, la définition de la qualité se réfère à certains standards d'excellence appuyés par un ensemble de valeurs ou de normes qui se rapportent au public japonais. On constate que la qualité se mesure dans la relation entre les caractéristiques de la programmation et les valeurs du peuple japonais. Bien sûr, ces valeurs ne sont pas prises dans le vide et sont dépendantes d'autres facteurs tels que l'âge et le genre. Mais ce sont des aspects dont la NHK est parfaitement consciente et elle mène, par conséquent, ces évaluations pour s'assurer qu'elle est dans la bonne voie en ce qui concerne les besoins du public. La NHK réalise ces recherches avec une vision large (i.e. en tenant compte des contextes social, politique, culturel, économique, idéologique et technologique de la diffusion). Ce processus de révision donne une vue d'ensemble et c'est en regardant ce portrait général que la NHK peut, par la suite, mettre l'accent sur des champs d'application plus petits dans le but d'améliorer sa production de radiotélévision de service public. Cela représente les valeurs et les besoins de la société japonaise qui ne s'exprimera probablement pas d'une seule voix clairement identifiable mais plutôt comme de multiples voix qui veulent faire connaître leurs points de vue.

Par ce mécanisme, la NHK se conforme à son mandat de radiotélévision de service public en intervenant de façon stratégique sur sa propre production pour s'assurer qu'elle maintient une certaine qualité, une diversité et une indépendance. De cette façon, la NHK introduit dans sa structure organisationnelle une disposition permettant au public de s'exprimer durant cet examen.

4.7.2 L'expérience canadienne d'évaluation de la programmation:

En 1992 (31), la Société Radio-Canada (CBC/SRC) a consulté le public afin de déterminer quel devrait être le rôle de la radiotélévision de service public selon les Canadiens. **Les réponses obtenues peuvent se résumer comme suit :**

1. Les Canadiens veulent que leur système de radiodiffusion reste canadien et qu'il reflète les intérêts et les valeurs des Canadiens.
2. La radiotélévision de service public au Canada doit continuer de rechercher et d'atteindre certains objectifs sociaux et culturels.
3. Une place plus importante devrait être accordée aux autres services non commerciaux tels que les diffuseurs provinciaux qui pourraient alors trouver des occasions de diffuser leur programmation à l'intérieur du cadre de la radiotélévision de service public canadienne ; ce qui leur donnerait un impact plus important.

En plus d'obtenir cet avis du public sur ce que les Canadiens pensent de ce que devrait faire la radiotélévision de service public, on a aussi examiné la question de l'origine des programmes.

La CBC/SRC voulait savoir si la quantité de programmes canadiens diffusés non seulement par elle-même mais aussi par les autres diffuseurs rencontrait le minimum de 60% exigé par la loi. Pour cela, des contrôles indépendants sont effectués qui permettent à la CBC/SRC de corriger le tir si nécessaire et de s'assurer que le pourcentage de contenu canadien diffusé soit conforme à ce qu'exige la loi et, simultanément, permettent aussi à la CBC/SRC de savoir exactement ce que le public attend de la radiotélévision de service public.

Au cours de cette enquête, la CBC/SRC a appris que sa part de marché était la plus importante au moment de la diffusion des émissions pour les enfants et de la diffusion des bulletins nouvelles. C'est une donnée intéressante dans la mesure où l'on sait que la CBC/SRC ne retire aucun revenu de la diffusion des émissions pour les enfants puisque la diffusion de la publicité qui s'adresse directement aux enfants est interdite.

Pour la CBC/SRC, c'est un facteur important de savoir, comme le démontre la recherche, que certaines émissions qui ne sont pas rentables sont regardées par un large public et qu'elles répondent ainsi à un besoin. Sur la base de cet examen, la SRC/CBC a été capable d'ajuster sa stratégie. Elle a constaté qu'elle doit tenir compte, à la fois, des coûts de production de ces programmes, de la réglementation qui interdit la publicité destinée aux enfants et de l'impact sur son public. Cela signifie que la CBC/SRC, plutôt que de concentrer son attention sur les seuls coûts, a conclu que les frais de production et de programmation pour ce genre d'émissions sont justifiés en dépit de l'absence de revenus parce qu'elles correspondent largement aux valeurs et aux attentes du public.

En plus d'examiner ce que les Canadiens veulent de leur radiotélévision de service public, le coût et les implications de la programmation, et la quantité de programmes faits au Canada diffusés chaque semaine, l'étude a aussi examiné la performance financière de la SRC/CBC, et c'était précisément les enseignements concernant les habitudes d'écoute qui ont fourni à la CBC/SRC, et par la suite au public, un portrait plus clair de la façon dont les fonds accordés étaient dépensés.

4.73 L'étude de « Ofcom » sur la radiotélévision de service public : Mesurer la valeur produite par la radiotélévision de service public

L'organisme de réglementation de la radiodiffusion britannique, Ofcom, a commandé en 2004 une étude pour évaluer à quel point les téléspectateurs appréciaient le service de radiotélévision publique. Au cœur de cette démarche, on retrouve une formule pour calculer le coût par rapport aux avantages pour ITV1 de diffuser des programmes de service public : « opportunity cost ». Cette formule vise à évaluer le coût réel de la diffusion des émissions de service public, qui n'est pas seulement le coût de fabrication de ces programmes. Il s'agit plutôt de la marge (ou contribution) générée par ces programmes de service public comparée à ce que cela aurait pu être sans l'obligation de service public.

Plus spécifiquement, le coût que représentent les obligations de service public comprend :

- > Les coûts de production des programmes de service public diffusés, comparés aux coûts des programmes qui ne sont pas de service public qui auraient pu être diffusés à la place ; plus
- > Le manque à gagner en termes de revenus nets de publicité en diffusant les émissions de service public plutôt que des programmes de nature plus commerciale qui ne sont pas de service public.

Pour être complète, la démarche devait aussi tenir compte du type d'émissions que ITV1 aurait pu diffuser si elle n'avait pas été tenue de présenter une programmation de service public. Une méthodologie a été développée, sur la base du principe que, en l'absence d'obligations de service public, ITV1 aurait diffusée plus d'émissions de type commercial que c'est le cas en ce moment dans des créneaux similaires. Ainsi, une grille de diffusion factice a été préparée sur laquelle se retrouvaient les genres d'émissions que ITV1 présentaient effectivement en 2002, et une série de grilles alternatives qui montraient ce qui aurait pu être diffusé si les obligations de service public n'avaient pas existées. Les résultats de l'exercice ont montré les coûts annuels pour ITV associés à chaque genre de programmes de service public et le nombre d'heures d'émissions liées à cette obligation.

Pour un complément d'information sur cette étude: http://www.ofcom.org.uk/tv/psb_review/reports/psb/asses/?a=87101

4.8 DEVELOPPER DES EMISSIONS

POUR FACILITER LA PARTICIPATION DU PUBLIC

« Article 19 » (32) affirme que les radiodiffuseurs publics ont une obligation fondamentale de promouvoir le droit du public de savoir - à travers une diversité de voix et de points de vue sur la radiodiffusion, et cela en accord avec le principe des « attributions de service public - lesquelles de ces attributions doivent être liées à une radiotélévision de service public qui serait adéquatement financée, tel que défini par la loi. Ces attributions devraient comprendre la fourniture d'un service de qualité avec une programmation indépendante et une pluralité d'opinions.

On doit donner au personnel de production de la radiotélévision de service public une formation appropriée de façon à ce qu'il soit capable de développer des genres d'émissions et des méthodes de production qui prévoient la participation du public.

4.8.1 Vox Populi (Australie):

Au milieu des années 80, la télévision de Special Broadcasting Service (SBS) financée par le gouvernement, a introduit dans sa programmation une émission hebdomadaire de 30 minutes intitulée Vox Populi. Le projet fut initié par deux chercheurs de descendance « ethnique », c'est-à-dire, non anglo-saxonne, à l'emploi du SBS qui avaient le sentiment qu'on ne donnait pas voix au chapitre aux composantes non anglo-saxonnes de la société australienne dans les médias australiens et particulièrement à la télévision. Vox Populi était un magazine d'actualités et d'Affaires publiques sur les questions locales et l'information étrangère, spécialement des pays d'où venaient les « groupes ethniques » australiens. Pour la première fois à la télévision australienne les nouvelles et les reportages étaient là où la communauté australienne était interviewée et dans leur langue maternelle (comme le grec, l'italien, le vietnamien, le turc, l'arabe, etc.). Les interviews étaient sous-titrées en anglais ; le commentaire et la présentation de l'émission étaient aussi faits en anglais.

Ils ont créé le concept du « soap-box television ». L'équipe de la télévision (le présentateur de l'émission, un Croate s'exprimant en anglais, deux cameraman et un preneur de son) se rendaient dans un centre communautaire déjà réservé où des personnes représentant un échantillon d'une communauté ethnique étaient invités à venir débattre de faits d'actualité dans leur pays d'origine (tel que le coup d'Etat aux Iles Fidji en 1987). Le débat était dirigé par le présentateur de l'émission et l'enregistrement en direct était monté en studio avant la diffusion. Il y avait des lignes directrices précises quant au montage de l'émission de façon à ce que les opinions de la communauté ne soient pas censurées ou utilisées en dehors de leur contexte. En deux ans, l'émission est devenue l'émission d'affaires publiques la plus regardée sur SBS. Le SBS a aussi délibérément ouvert ses portes à des journalistes pigistes issus de groupes ethniques en Australie et qui étaient incapables d'acquiescer une expérience

de télévision sur les autres chaînes où les normes de diffusion étaient discriminatoires envers les journalistes non anglo-saxons, surtout ceux qui n'étaient pas nés en Australie et qui n'avaient pas l'accent australien. La majorité des journalistes de Vox Populi n'a donc pas d'accent anglo-saxon incluant le présentateur. En 1989, à la fin d'une conférence nationale et multiculturelle sur les médias, la Fédération des Conseils des communautés ethniques a envoyé une pétition signée par plus de 300 personnes demandant au SBS d'étendre la diffusion de cette émission à cinq soirs par semaine – du lundi au vendredi – parce qu'elle donnait une dimension nouvelle et rafraîchissante aux journalistes de l'Information en Australie. Mais l'émission continua à n'être diffusée que le dimanche soir et, à cause de coupures budgétaires, SBS mis fin à Vox Populi en 1995.

4.8.2 Les clubs d'écoute de la radio (Malawi) :

Créé en septembre 1999, le « Development Broadcasting Unit » (DBU) de la Malawi Broadcasting Corporation (MBC) représente un modèle intéressant visant à faciliter la participation du public à la programmation en utilisant des méthodologies de communication participative qui assurent un dialogue national autour des questions de développement. La participation du public est facilitée par un réseau de 30 clubs d'écoute de la radio (RLC) à travers les régions rurales du Malawi.

Les membres des RLC ont accès aux ondes afin d'exposer les préoccupations de leur communauté concernant le développement. Ces problèmes et ces inquiétudes sont exposés à travers la fiction, la musique et la parole. Chaque RLC est invité à explorer l'historique et l'étendue du problème dont il est question, les efforts communautaires faits pour le régler et leur sentiment sur ce qui doit être fait pour l'alléger. Tout ceci est enregistré par les RLC et le problème sera alors soumis à des services sociaux qui seront invités à participer à un dialogue avec la communauté pour trouver une solution. Plus de 200 dialogues ont été établis entre ces communautés et près de 60 services sociaux. Dans 60% de ces cas, le dialogue a conduit à l'extension du service ou à une modification de la politique. Une centaine d'émissions de radio ont été produites et diffusées par le DBU et ce succès a conduit à la création de 35 nouveaux RLC à travers le pays.

4.8.3 Les clubs d'écoute de radio DTR (Zambie):

Dans un projet qui fonctionne depuis près de trois ans, impliquant plus de 13 clubs de Radio de femmes dans le district de Mpicka, à 600 km au nord de Lusaka, la Zambia National Broadcasting Corporation (ZNBC) a joué un rôle en facilitant le dialogue entre la population et les fournisseurs de services.

Les clubs ont enregistré leurs discussions sur les questions de développement ou leurs requêtes pour un soutien au développement. Ces enregistrements ont été envoyés à un réalisateur de radio à Lusaka. Celui-ci a enregistré une réponse de la part des services habilités à répondre ou d'un politicien. La discussion et les réponses sont montées en une seule émission et diffusées

sur une base hebdomadaire à la radio de la ZNBC. Les clubs écoutent les émissions et en discutent lors de leurs rencontres hebdomadaires.

Une évaluation du projet par Panos, en 2001, a démontré qu'il apportait à la communauté des avantages substantiels en termes de développement grâce aux clubs qui lui permettent d'intervenir directement sur les questions de développement. L'étude a aussi constaté que le réalisateur de radio a agit comme un important médiateur dans le processus.

4.9 COMMENT DEPOSER UNE PLAINTE : LE DROIT DE LA POPULATION DE REMETTRE EN CAUSE LES MAUVAISES PRATIQUES DES RADIOTELEVISIONS DE SERVICE PUBLIC

Bien que nous ayons examiné ce qui est généralement considéré comme étant de bonnes pratiques dans le but de permettre à la population d'avoir accès à la programmation de la radiotélévision de service public, il est aussi important de voir quels sont les modèles permettant de se plaindre de la radiotélévision de service public quand les émissions reflètent de mauvaises pratiques.

Certains pays, spécialement au cours des dernières années, se sont dotés de tels mécanismes. Une des voies possibles est de faire appel à un Ombudsman.

4.9.1 Ombudsman (Société Radio-Canada – CBC/SRC) :

L'Ombudsman est complètement indépendant de la direction et du personnel de la programmation. Il se rapporte directement au Président de la CBC/SRC et, par l'entremise de ce dernier, il rend des comptes au Conseil d'administration de la Société.

L'Ombudsman intervient comme une instance d'appel lorsqu'un plaignant n'est pas satisfait de la réponse donnée par le personnel ou la direction de la programmation de Radio-Canada. Il n'intervient généralement que lorsqu'un plaignant informe son bureau qu'il juge non satisfaisante une réponse reçue par un représentant de la Société. Cependant, l'Ombudsman peut aussi intervenir quand la Société omet de répondre à une plainte dans des délais raisonnables. L'Ombudsman juge si la démarche journalistique ou l'information diffusée qui fait l'objet de la plainte enfreint les dispositions de la politique journalistique de la Société. Le processus de collecte des faits a un caractère non judiciaire et l'Ombudsman ne procède pas à l'analyse de la responsabilité civile de Radio-Canada ou de ses journalistes. Il communique les conclusions de son enquête au plaignant, ainsi qu'au personnel concerné et à la direction. Au besoin, l'Ombudsman cerne les grandes préoccupations du public qui se dégagent des plaintes acheminées à son Bureau et il en informe la direction de la Société et les journalistes.

Pour un complément d'information: http://cbc.radio-canada.ca/htmlen/media_accountability/ombudsman.htm

étape, pour le citoyen, est d'adresser sa plainte aux services des chaînes de radiotélévision publique chargés de les traiter. Si la personne n'est pas satisfaite de la réponse fournie par le service en question, elle peut alors s'en remettre au médiateur qui fait sa propre évaluation et qui prend sa décision en ce qui concerne la conduite de la chaîne et la validité des plaintes des citoyens. La Suisse a aussi un ombudsman qui s'assure que les radiotélévisions de service public respectent les normes et pratiques journalistiques.

Il y a des développements positifs concernant la prise de conscience des radiodiffuseurs de service public de leur responsabilité envers leurs publics. Ils offrent aux citoyens un canal à travers lequel ceux-ci peuvent exprimer leurs inquiétudes concernant les contenus qu'ils trouvent inappropriés ou inacceptables. Il est très important pour les radiotélévisions de service public de continuer à mettre en place des mécanismes qui favoriseront la participation des citoyens tout en faisant des diffuseurs de service public des institutions publiques plus crédibles et responsables.

4.10 RESSOURCES

4.10.1 Organisations

Citizens for Independent Public Broadcasting (Etats-Unis): <http://www.cipbonline.org/>

Friends of Canadian Broadcasting: <http://www.friends.ca/>

Friends of the ABC (Australie): <http://www.friendsoftheabc.org>

Independent Complaints Review Panel (ABC, Australie):

http://abc.net.au/corp/audience/complaints_how.htm

Ombudsman (Canadian Broadcasting Corporation / Société Radio-Canada):

http://cbc.radiocanada.ca/htmen/media_accountability/ombudsman.htm

Ombudsman (National Public Radio—Etats-Unis):

<http://www.npr.org/yourturn/ombudsman/mission.html>

Voice of the Listener & Viewer (Royaume-Uni): <http://www.vlv.org.uk/>

4.10.2 Publications

- > Aquilia, P.: *The SARS Channel in Singapore: A short return to non-commercial public service broadcasting*. *Media Asia*, 2003, 30(4), pp. 206–215.
- > Bamett, S, & Docherty, D.: *Public service broadcasting in different cultures*. *Communication Research Trends*, 1987, 8(3&4), pp. 2–4.
- > Bourges, H.: *Les Chaînes de service public en France: Indépendance et responsabilité*. *Diffusion*, été 1993, pp. 2–6.
- > Boyle, R.: *Young Asia Television experiments with public service broadcasting*. *Media Development*, 1999, 46(1), pp.10–12.
- > Heath, C. W.: *Private sector participation in public service broadcasting: The case of Kenya*. *Journal of Communication*, 1998, 38(3), 96–107.
- > Jabbar J.: “Citizens’ media dialogue. The book of the website: www.wiredet.com/cmd”. UNESCO. Decent Print Enterprises, Royal Book Company. avril 2005, Karachi - Citizens’ media dialogue. The book of the website: www.wiredet.com/cmd
- > Jakubowicz, K.: *Civil society and public service broadcasting in Central and Eastern Europe*. *The Public Javnost*, 1996, 3(2), 1996.
- > Joseph A.: “Media Matter- Citizens Care. The who, what, when, where, why, how, and buts of citizens’”. UNESCO, mai 2005.
- > Kamik, K.: *Public service broadcasting: Issues and survival strategies*. Document présenté à la Conférence internationale sur le dialogue Europe-Asie-Pacifique sur la Radiotélévision de service public, Quezon City, décembre 1999.
- > Lowe, G.F.: *Transformation and restructuring in public service broadcasting: Lessons from the Finnish Radio reform*. *The Nordicom Review*, 1995, pp. 43–47.
- > Mendel, T.: *Access to The Airwaves: Principles on Freedom of Expression and Broadcast Regulation*. UK: Article 19, 2002.
- > Pieper, A.K.: *German public service broadcasting, an instrument of democracy*. *Diffusion*, Hiver 1992-1993, pp. 28–32.
- > Public and commercial broadcasting in New Zealand—a new model?. Document présenté à la Conférence internationale sur le dialogue Europe-Asie-Pacifique sur la Radiotélévision de service public, Quezon City, novembre 1999.
- > Organisation des Nations-Unies pour l’Education, la Science et la Culture. (1998). *Le Service public de radiodiffusion et l’indépendance éditoriale: Faire entendre les voix de la démocratie*. Rapport du séminaire , Tampere, 16 au 18 Juin 1997, Paris.
- > Ward, D.: *State aid or band aid? An evaluation of the European Commission’s approach to public service broadcasting*. *Media Culture & Society*, 2003, 25(2), pp.233–250.
- > Youshkvitchus, H.: *Public service broadcasting for the good of a nation and society*—http://www.unesco.kz/ci/projects/aibd/psb/fr_youshkvitchus_eng.html

Notes

(22) <http://www.itu.int/wsis/>

(23) www.wiredet.com/cmd

(24) Joseph, A., "Media Matter- Citizens Care. The who, what, when, where, why, how, and buts of citizens'. UNESCO, mai 2005

(25) L'équivalent du Chef élu du gouvernement de l'Etat.

(26) On a mis fin à cette émission très appréciée après que le parti de monsieur Naidu, le Telugu Desam, ait perdu les élections et que le Parti du Congrès eut pris le pouvoir dans l'Etat aux élections de 2004.

(27) Toby Mendel, Access to the Airwaves: Principles on Freedom of Expression and Broadcast Regulation. Royaume-Uni, Article 19, 2002.

(28) A. K. Pieper. "German Public Service Broadcasting, an instrument of democracy", Diffusion, UER, été 1993.

(29) Carla Heath. "Private sector participation in Public Service Broadcasting: The case of Kenya", Journal of Communication, Vol. 38, No. 3, 1988.

(30) M. Raboy. "Towards a new ethical environment for public service broadcasting", Studies of Broadcasting, 29, pp. 7-35, 1993.

(31) *ibid.*

(32) Toby Mendel, Access to the Airwaves: Principles on Freedom of Expression and Broadcast Regulation. Royaume-Uni, Article 19, 2002.

5.1 INTRODUCTION

La citation de Paul Krugman dans l'encadré 5.1 illustre l'argument en faveur d'une radiotélévision de service public indépendante, soumise à des contrôles appropriés, et soutenue par des dispositions légales visant à sauvegarder cette indépendance.

Pour être capable d'agir comme diffuseurs de service de nouvelles et observateurs rigoureux des affaires publiques, les radiotélévisions de service public doivent avoir le plus haut degré possible de liberté, à l'intérieur du cadre des principes de liberté de parole et de liberté d'expression et des droits constitutionnels de liberté de parole. En même temps, cependant, l'individu doit être protégé des préjudices éventuels qui peuvent être causés par la publicité.

Ce chapitre examinera les réglementations, les codes de pratiques et les déclarations internationales de principes qui ont été conçus pour permettre la création à un niveau national d'un système de radiotélévision de service public indépendant.

ENCADRE 5.1

Une chose amusante s'est produite durant la guerre en Irak : plusieurs Américains se sont tournés vers la BBC pour leurs nouvelles. Ils cherchaient un point de vue différent, quelque chose qu'ils ne pouvaient pas trouver sur les réseaux nationaux lesquels, selon les mots du Directeur général de la BBC, « les enveloppent dans le drapeau américain substituant le patriotisme à l'impartialité ».

Laissons de côté le vrai et le faux de la guerre elle-même et considérons le paradoxe. La BBC appartient au Gouvernement britannique et on aurait pu s'attendre à ce qu'elle soutienne les politiques du gouvernement. En fait, elle a essayé très fort – trop fort, disent ses critiques – de rester impartiale. Les réseaux de télévision américains appartiennent à des intérêts privés, pourtant ils se sont comportés comme des médias d'Etat.

-Paul Krugman, in The China Syndrome : Corporate Media and Iraq War (33)

5.2 LA REGLEMENTATION ET LES CODES DE PRATIQUES PROFESSIONNELLES

Il y a eu beaucoup de débats autour de la question de savoir si les codes de pratiques professionnelles doivent être réglementés ou considérés comme des codes volontaires. Plusieurs affirment que l'éthique ne consiste pas principalement en l'application d'un ensemble formel de règles mais dans le maintien d'une attitude responsable dans l'exercice des devoirs journalistiques. Les codes d'éthique pour la presse, la radio et la télévision

- b) Les ondes doivent échapper à la domination de tout individu ou de tout groupe dont l'influence dépend de leur situation particulière.
- c) La libre circulation des idées et des opinions est une des principales sauvegardes de la liberté des institutions.
- d) La Société assume ses responsabilités par rapport au contenu de toutes les émissions qu'elle diffuse ; elle affirme et exerce son autorité éditoriale sur toutes ces émissions.

La politique dit aussi que la Société ne prend aucune position éditoriale dans sa programmation. Une section sur la « transparence et le financement » dit :

Radio-Canada s'engage à respecter le principe de la transparence du financement de toutes les émissions d'information. Les auditoires doivent être convaincus que les décisions sont prises uniquement pour des raisons rédactionnelles légitimes, et non à la suite de pressions de nature politique ou commerciale ou en fonction d'un intérêt particulier. L'intégrité de Radio-Canada ne doit jamais être compromise par des pressions de nature financière ni par des incitations d'ordre commercial provenant d'une organisation ou d'un groupe d'intérêts externes. Pour protéger sa crédibilité, la Société devrait déclarer toutes les sources de financement d'une émission en ondes.

Les détails complets de toutes les ententes financières et connexes avec des tiers au sujet d'une émission acquise par Radio-Canada devraient lui être communiqués par écrit. Ces politiques s'appliquent à toutes les productions indépendantes produites pour Radio-Canada et les contrats entre Radio-Canada et les producteurs indépendants devraient refléter ces exigences. De plus, ces contrats feront en sorte que Radio-Canada soit au courant de toutes les sources de financement et qu'elle les approuve avant de commander une émission.

Le Code dit aussi à propos de la politique de la recherche :

La Société Radio-Canada exige pour ses émissions une recherche de grande qualité. Cela requiert le souci du détail et un contrôle soigné du contenu. Une erreur, minime en soi, peut porter atteinte à la crédibilité d'une émission entière. Dans le domaine des sciences sociales, toute recherche implique, de façon explicite ou implicite, d'exposer une hypothèse et de la vérifier. L'hypothèse de base d'un projet d'émission doit passer l'épreuve de la recherche parce que, si elle n'était pas vérifiée et remise en question, le projet aurait une orientation éditoriale dans sa structure même. On doit consulter la Direction de la recherche sur les méthodes appropriées pour réaliser l'étude. Qu'il s'agisse d'enquêtes par sondage, d'entrevues de groupes, d'analyses de contenu, etc., ce genre d'études devrait être commandé ou réalisé par l'intermédiaire de la Recherche. Tout projet utilisant des instruments de recherche des sciences sociales doit être autorisé par le directeur général des programmes (information).

La recherche dans d'autres domaines spécialisés devrait avoir recours aux ressources d'institutions et d'experts de l'extérieur. Cependant, il faudrait reconnaître que ces consultants ont parfois des points de vue intéressés sur leur spécialité et qu'il faudrait en conséquence chercher l'équilibre de ces ressources extérieures.

La Société Radio-Canada est la seule responsable de l'émission, de ses angles d'analyse et de sa contexture.

Pour un complément d'information: http://www.presscouncils.org/library/Canada_CBC.doc

5.2.3 Le code d'éthique de Radio France Internationale

Radio France Internationale (RFI), la radio publique française destinée à l'étranger, a, dans son code d'éthique, une section intéressante sur le « Respect de la justesse des faits » qui dit :

Le droit de rechercher l'information et de la diffuser est aussi un devoir. C'est la première mission des médias. Cette mission et la manière de l'accomplir fondent leur légitimité et leur liberté. Les textes émanant du Conseil Constitutionnel de la République française, soulignent de plus en plus clairement le lien entre la liberté d'informer et le droit d'être informé : ce droit permet à tout homme de comprendre la société et le monde dans lequel il vit et d'y agir en citoyen.

Respecter la vérité des faits, c'est appliquer les principes d'honnêteté et d'impartialité et c'est, évidemment, s'interdire tout mensonge et de se méfier des rumeurs et approximations.

C'est aussi :

- > Vérifier et recouper ses sources. Quelles que soient les exigences de rapidité, qui s'accroissent, nul ne peut être contraint de divulguer une information s'il n'est pas convaincu de son exactitude.
- > Prendre du recul par rapport à l'information dont on a connaissance ou à l'événement dont on est le témoin. Mais le recul n'est pas nécessairement le retard. Il est légitime et nécessaire d'aller vite – dans les rédactions de RFI comme dans les autres, on peut et on doit avoir le goût du « scoop » si celui-ci est effectivement une nouvelle sûre et importante. Le recul est dès lors la capacité psychologique de prendre des distances par rapport au fait, à l'émotion et aux réactions qu'il peut susciter : c'est aussi la capacité intellectuelle d'abord le sujet grâce à la compétence acquise et à la connaissance des dossiers. La compétence peut d'ailleurs être considérée comme la première règle de déontologie.
- > Respecter le sens des propos, des documents que l'on cite ou que l'on diffuse partiellement.
- > S'interdire tout trucage et préciser qu'il y a montage s'il y a risque d'équivoque.
- > Préciser, au besoin, l'origine des documents.

Pour un complément d'information: <http://formation.rfi.fr>

5.2.4 Le code d'éthique suédois

Le Code d'éthique suédois adopté par le Conseil de coopération de la presse – qui s'applique aussi à la radio et à la télévision publiques – comporte une section intéressante sur les « Règles contre la publicité éditoriale » qui pourrait être un guide utile pour les radiotélévisions de service public fonctionnant dans un environnement de médias très commercialisé.

La réglementation générale de ce code de pratiques comprend les éléments suivants :

1. Traitez le sujet uniquement selon les décisions journalistiques. Votre intention ne doit jamais être de faire de la publicité à quelque produit ou service que ce soit. La présentation du sujet ne doit pas non plus être faite de façon à ce que le public pense que c'est de nature commerciale. Il faut faire attention à ce que le matériel commercial ne soit pas confondu, même légèrement, avec le matériel éditorial.
2. Ecartez les idées et les propositions d'articles ou d'émissions si elles supposent en retour, à titre de faveur, de la publicité de quelque forme que ce soit. Refusez aussi, par principe, toute offre de voyage gratuit ou largement subventionné. Refusez les cadeaux et les autres avantages. Ne promettez jamais d'avance que vous allez publier quelque chose.
3. Les articles et les émissions d'information pour les consommateurs requièrent particulièrement une intégrité journalistique à toute épreuve. Il faut donc démontrer comment a été fait le choix des produits et des services, dont il est question dans l'article ou l'émission. Expliquez clairement comment les produits ou les services ont été comparés ou testés. Soyez particulièrement prudents et critiques dans l'examen des produits. Evitez toute partialité en ne donnant de l'information que sur un groupe limité de produits ou sur un seul fournisseur de produits ou de service, entrepôts, boutiques, restaurants, etc.
4. Faites une évaluation journalistique de toute information concernant les spectacles de théâtre, les concerts, les films, les expositions, les événements sportifs, etc., pour en déterminer la valeur en tant que nouvelles. Portez un regard critique sur le matériel et assurez vous qu'il est présenté dans une forme respectant les normes journalistiques.
5. Ne mentionnez les noms des compagnies et des organisations qui offrent des prix ou qui prennent part d'une façon ou d'une autre, par exemple, à titre de commanditaire, à des fêtes, des compétitions, des carnavals, des bals de charité et ainsi de suite, que s'il y a des raisons journalistiques très valables de le faire.

Pour un complément d'information: <http://www.presscouncils.org/library/Sweden.doc>

5.3 LES DECLARATIONS INTERNATIONALES ET LES PRINCIPES DE PRATIQUE POUR LA RADIOTELEVISION DE SERVICE PUBLIC

Les récentes années ont vu l'émergence de nombreuses déclarations internationales et de principes de pratique qui sont conçus pour guider la radiotélévision de service public. Certaines de ces déclarations sont incluses dans les instruments multilatéraux signés par les gouvernements nationaux ; ce qui leur donne donc une valeur plus persuasive. D'autres sont contenues dans des déclarations ou des résolutions passées dans des forums internationaux (dont la liste se trouve au chapitre 1). De plus, certaines cours ou autres structures judiciaires, autant au niveau international que sur le plan national, ont rendu des décisions contenant des principes et des lignes directrices qui forment maintenant un ensemble impressionnant de jurisprudences d'application générale. Certaines de ces déclarations sont résumées ci-dessous :

5.3.1 La Déclaration universelle des droits humains

La Déclaration universelle des droits humains est un des principaux documents d'applicabilité générale de l'après-guerre. Ce document contient une garantie générale, mais étendue, de liberté d'expression qui a été perçue comme un appui à la radiotélévision de service public selon l'interprétation de l'article 19 :

Tout individu a droit à la liberté d'opinion et d'expression, ce qui implique le droit de ne pas être inquiété pour ses opinions et celui de chercher, de recevoir et de répandre, sans considérations de frontières, les informations et les idées par quelque moyen d'expression que ce soit.

Ce droit a été réaffirmé dans la Convention Internationale sur les droits civils et politiques (Article 19), un traité multilatéral par lequel les gouvernements signataires – quelque 145 gouvernements dans le monde – sont légalement obligés de garantir que la population sur leurs territoires puisse bénéficier des droits qui sont inscrits dans cette Convention. Des garanties similaires de liberté d'expression sont également contenues dans des instruments régionaux sur les droits humains telles que la Convention Européenne pour la protection des droits humains et des libertés fondamentales (Article 10), la Convention américaine sur les droits humains (Article 13) et la Charte africaine sur les droits des humains et des peuples (Article 9).

Pour un complément d'information et les textes intégraux: <http://www.unhcr.ch/udhr/lang/eng.htm>

5.3.1 La Déclaration universelle des droits humains

Comme nous l'avons vu au chapitre 1, la radiotélévision de service public a aussi reçu un appui vigoureux dans un certain nombre de résolutions intergouvernementales passées au cours des dernières années. En 1992, la Déclaration de Alma Ata, commanditée par l'UNESCO, pressait les gouvernements d'encourager le développement de la radiotélévision de service public à l'intérieur de leurs territoires respectifs alors qu'une Résolution du Conseil et des Représentants des Gouvernements des Etats membres de l'Union Européenne, après avoir noté la relation étroite entre la radiotélévision de service public et la démocratie, soulignait le besoin de pluralisme dans les médias. Une autre résolution sur Le futur de la radiotélévision de service public, passée sous les auspices du Conseil de l'Europe, demandait la création d'au moins un véritable organisme de radiotélévision de service public dans chaque pays (35).

Pour un complément d'information et le texte intégral:

http://www.unesco.org/webworld/com_media/communication_democracy/almatyhtm

5.3.3 Les recommandations du Comité des ministres du Conseil de l'Europe

Les instruments internationaux ont aussi souligné le besoin pour les radiodiffuseurs en général et pour les radiodiffuseurs de service public en particulier de profiter d'un niveau élevé d'indépendance, spécialement face aux pressions gouvernementales, de façon à ce qu'ils soient capables de s'acquitter de leurs obligations envers le public de manière efficace. En 1996, par exemple, le Comité des ministres du Conseil de l'Europe a publié une Recommandation sur la garantie d'indépendance de la radiotélévision de service public qui demandait, pour les organismes de radiotélévision de service public, de solides garanties de liberté face à toute ingérence dans les questions de programmation, contre les renvois arbitraires et contre de potentiels conflits d'intérêts (Recommandation No. R(96) 10). La direction d'un organisme de radiotélévision de service public devrait, dit le document, se voir confier la responsabilité exclusive de la gestion quotidienne des opérations de diffusion et devrait être protégée adéquatement de toute forme d'ingérence politique (Articles 4-8).

Pour un complément d'information: <http://wwwmediator.online.bg/eng/broadc.htm>

5.3.4 Les déclarations des séminaires de l'UNESCO/UNDPI

L'UNESCO et les Nations Unies (UN DPI) en coopération avec des ONGs professionnelles internationales ont organisé une série de séminaires régionaux des professionnels des média. Les participants ont publiquement mis l'accent sur le besoin d'une telle indépendance. La Déclaration de Windhoek en 1991 a endossé le critère voulant que « le financement ne devrait être accordé aux médias publics que lorsque les autorités garantis-

sent, sur le plan constitutionnel et dans les faits, la liberté d'information et d'expression et l'indépendance de la presse ». La Déclaration d'Almaty en 1992 a souligné « un événement marquant dans la lutte destinée à assurer l'existence d'organes de communication écrite et radiotélévisée libres, indépendants et pluralistes dans toutes les régions du monde ». La Déclaration de Santiago en 1995 adoptait le principe selon lequel les autorités des Etats « devaient diffuser en temps voulu et de façon raisonnable l'information émanant du secteur public. » La Déclaration de Sana'a en 1996 a demandé l'indépendance nécessaire aux médias électroniques. La Déclaration de Sofia, publiée un an plus tard, exprime l'espoir que les radiotélévisions de service public financées par l'Etat pourront se transformer elles-mêmes en de véritables organismes indépendants jouissant d'une véritable liberté éditoriale. Bien que ces déclarations ne lient pas ses membres, la Conférence générale de l'UNESCO, confirmant ainsi la volonté de la Communauté internationale, les a fait siennes.

Pour un complément d'information:

http://www.unesco.org/webworld/com_media/communication_democracy/basic_texts

L'indépendance de la radiotélévision de service public est, bien sûr, inextricablement liée à l'importance de son financement. Cela a aussi été explicitement reconnu dans plusieurs normes internationales publiées. Par exemple, la Résolution du Conseil de l'Europe sur Le futur de la radiotélévision de service public, mentionnée plus haut, insiste fortement sur l'importance centrale de l'indépendance financière des radiotélévisions de service public comme le font de nombreux autres documents publiés par le Conseil au cours des récentes années (36). Le système de financement des radiotélévisions de service public devrait, et cela a été mentionné ailleurs, être à la mesure de leurs obligations mais il devrait aussi le mettre à l'abri des augmentations ou diminutions arbitraires selon les caprices de ceux qui contrôlent les cordons de la bourse (37). Le besoin d'un financement stable et sûr a été souligné dans un document publié par l'Union Européenne des Radiotélévisions en 2000 : Pour être stables et sûrs, ces financements ont besoin d'une base légale claire (en plus d'une loi approuvant le budget de l'Etat), qui prévoit le niveau de financement pour une période de temps appropriée. Dépendre de décisions annuelles ou de mesures ad hoc créerait un climat d'insécurité et minerait la capacité du radiodiffuseur public de planifier et d'investir. (38)

5.3.5 Les interprétations judiciaires

En dépit des termes généraux dans lesquels le droit à la liberté d'expression a été formulé dans ces documents, sa pertinence vis-à-vis la promotion de la télévision de service public a été soulignée maintes et maintes fois par le soutien vigoureux que les mass media ont trouvé dans les décisions judiciaires qui ont interprétées ce droit. (39)

La cour, dans de nombreux pays, a aussi exprimé des vues précises concernant le besoin de conférer aux radiotélévisions de service public un degré maximum d'indépendance. Parmi les obligations spécifiques directement liées à la radiotélévision de service public, et mises en lumière par les cours, se trouvent les principes de diversité et de pluralisme. La Cour Européenne des droits humains a noté, par exemple, que transmettre « de l'information ou des idées d'intérêt général... ne peut pas s'accomplir avec succès à moins d'être bien ancré dans le principe de pluralisme »(40).

La Cour Suprême de l'Inde a soutenu que, dans le but de remplir son obligation constitutionnelle de garantir les droits de liberté de parole de ses citoyens, l'Etat a un devoir formel d'assurer la pluralité et la diversité des points de vue, des opinions et des idées sur les ondes. (41)

Dans ce jugement, la Cour Suprême indienne déclare que les ondes sont une propriété publique et que toute tentative de la part du Gouvernement de l'Inde d'exercer un monopole sur la radiodiffusion était totalement inacceptable.

La Cour constitutionnelle fédérale de l'Allemagne a déclaré, plus explicitement, que les organismes de radiotélévision de service public ont le devoir de s'assurer qu'ils offrent à leurs auditeurs et téléspectateurs un éventail large et complet de programmes (42).

La Cour Suprême du Ghana, dans un jugement rendu en 1993 (43), a aussi exprimé de manière vigoureuse son opinion sur le besoin pour les médias publics d'être libres de tout contrôle gouvernementale :

« Les médias appartenant à l'Etat sont des actifs nationaux : ils appartiennent à la communauté entière, non pas à l'abstraction connue comme étant l'Etat, ni au gouvernement en place ou à son parti. Si un tel actif national devait devenir le porte-parole d'un parti ou d'une coalition de partis rivalisant pour le pouvoir, la démocratie ne serait rien d'autre qu'une comédie. »

En 1997, la Cour Suprême du Sri Lanka, rejetant une loi selon laquelle le gouvernement pouvait influencer la nomination des directeurs de l'Autorité de réglementation de la radio-diffusion du pays, déclara que, si la loi devait être maintenue, cela ferait en sorte que l'Autorité n'aurait pas « l'indépendance nécessaire à une structure chargée de la réglementation des médias électroniques qui sont, et cela est reconnu de tous, les moyens les plus puissants d'influencer les idées » (44).

Dans le prochain chapitre, nous examinerons comment les normes de programmation sont appliquées dans le contexte des réglementations, des modèles, des codes de pratiques et des déclarations dont nous avons traité dans ce chapitre et dans les chapitres précédents.

grammation habituelle de ces organismes. Une cause typique et importante implique la compagnie de télévision payante par câble Kabel Deutschland (KD). Cette société a acquis la plupart des réseaux câblés appartenant jusque là à Deutsche Telecom. Les deux principales radiotélévisions de service public d'Allemagne, ARD et ZDF, voulait que KD transporte, de la façon la plus accessible possible (i.e. non brouillée), tout l'éventail des chaînes numériques de service public – ARD Digital et ZDF Vision. En dépit de l'opposition de KD, la loi et les autorités de réglementation ont soutenu la position de ARD et de ZDF : une décision qui pourrait avoir des répercussions au-delà des programmes de ces deux réseaux. D'un point de vue de radiotélévision de service public, c'était un résultat encourageant puisqu'il exprimait une position officielle voulant que la transmission par câble et par satellite appartienne, comme la transmission terrestre, au domaine public avec la présomption que la programmation de service public devrait être transportée, partout où cela est possible, par les acheteurs de cet espace public (45).

5.5 PROTEGER LES VALEURS DE LA RADIOTELEVISION

DE SERVICE PUBLIC FACE AU MARCHÉ : ENCOURAGER

LES MEDIAS PRIVES DE CARACTERE DE SERVICE PUBLIC

Le besoin de baliser les activités des diffuseurs privés pour encourager la concurrence dans la programmation de type service public peut paraître ironique dans des régions où l'on trouve un monopole ou un quasi monopole du gouvernement. Mais il y a des exemples qui montrent que cela contribue à persuader les services de nouvelles du gouvernement d'améliorer leur couverture de l'information. De plus, certains opérateurs commerciaux produisent actuellement des reportages d'enquête de très haut niveau, par exemple, NDTV en Inde et MTV au Sri Lanka qui sont essentiellement de service public. Cela aussi peut avoir un effet positif sur les diffuseurs d'Etat en les forçant à la compétition sur ce terrain (Smith, 2005).

5.5.1 NDTV : Inde

Lancée en avril 2003, New Delhi Television (NDTV) opère deux chaînes de nouvelles continues – une en anglais et l'autre en hindi. En moins d'un an, leur service en langue anglaise est devenu le numéro un des fournisseurs de nouvelles en Inde et son service en langue Hindi, le numéro deux. Durant les élections générales de 2004, NDTV a organisé un concours pour les agences de publicité et les a invitées à produire une publicité de télévision de service public de 30 secondes afin de convaincre la population de « sortir du confort de leur maison et de s'acquitter de leur devoir civique en allant voter ». Raj Nayak, le Chef de la direction de NDTV Media décrit la logique marketing de cette initiative comme « l'utilisation de cette occasion pour créer un bouillonnement d'idées parmi le personnel créatif des agences de publicité et faire en sorte que les meilleurs esprits travaillent à la création d'un spot publicitaire de télévision de service public qui conduira la population aux

Afrique du Sud, septembre 2001.

- > Smith, E.: *Regulating for quality from the commercial broadcasting. Document présenté à la Conférence de l'AMIC CBA SCS/NTU sur la radiotélévision de service public: Prospérer dans un environnement de radiodiffusion diversifié, Singapour, février 1998.*
- > Smith, E.: *Commentaires au nom de la CBA lors d'une conférence "en-ligne", avril 2005.*

5.6.2 Sites web

- > African Charter on Human and Peoples' Rights:
http://www.diplomacy.edu/africancharter/acharter_intro.asp
- > Canadian Broadcasting Corporation Codes of Standards and Practices:
http://www.presscouncils.org/library/Canada_CBC.doc
- > Assemblée parlementaire du Conseil de l'Europe, Rapport sur la radiotélévision de service public, janvier 2004.
http://assembly.coe.int/Main.asp?link=http%3A//assembly.coe.int/Documents/Working_Docs/doc04/EDOC10029.htm
- > Déclaration de Sofia: *<http://www.unesco.org/bpi/eng/unescopress/sofiad.htm>*
- > Déclarations intergouvernementales:
http://www.unesco.org/webworld/com_media/communication_democracy/almaty.htm
- > Convention internationaux sur les droits civiques et politiques:
http://www.unhchr.ch/html/menu3/b/a_ccpr.htm
- > International Press Council Code of Ethics:
<http://www.presscouncils.org/html/frameset.php?page=library2>
- > NDTV (India) – *<http://www.ndtv.com>*
- > Radio France International, Code d'éthique: *<http://formation.rfi.fr>*
- > Recommandations du Comité des ministres du Conseil de l'Europe:
<http://www.mediator.online.bg/eng/broadc.htm>
- > Swedish Code of Ethics: *<http://www.presscouncils.org/library/Sweden.doc>*
- > Déclarations de l'UNESCO:
http://www.unesco.org/webworld/com_media/communication_democracy/basic_texts
- > Déclaration universelle sur les droits humains:
<http://www.unhchr.ch/udhr/lang/eng.htm>
- > Déclaration universelle sur les droits humains: *<http://www.un.org/Overview/rights.html>*

6.1 INTRODUCTION

Ce chapitre examine les normes de programmation de la radiotélévision de service public en portant une attention particulière à la télévision. La programmation de la télévision de service public peut comprendre tous les genres de contenus (sans tenir compte de leur origine), qui sont créés dans l'intérêt général du public et qui ne sont pas motivés par le profit. L'objectif d'une telle programmation est clairement expliqué dans l'encadré 6.1. Un réseau de télévision publique idéal serait une télévision avec une programmation irréprochable, dans le droit chemin, libre de toute inclination, inhérente aux télévisions privées, à rechercher le profit.

Chaque pays a expérimenté une forme ou une autre de télévision publique. En Inde, la télévision publique, Doordarshan, témoigne du développement social et de la construction de la nation. Au Royaume-Uni, les radiodiffuseurs de service public comme la BBC, ITV et Channel Four servent, non seulement le public britannique ou européen, mais aussi le public mondial avec une programmation enrichissante et très appréciée. Aux Etats-Unis d'Amérique, la télévision publique offre à son auditoire des émissions de musique classique, le « Lehrer News Hour » et des émissions lauréates de prestigieux prix comme « Nova », « Scientific American » et « Frontline ».

ENCADRE 6.1

La Radiotélévision de service public, qu'elle soit dirigée par un organisme public ou qu'elle appartienne à des compagnies privées, se distingue de la radiodiffusion faite pour des motifs purement commerciaux ou politiques par son mandat spécifique qui est précisément de fonctionner indépendamment des pouvoirs économique et politique. Elle fournit à l'ensemble de la société l'information, la culture, l'éducation et le divertissement ; elle valorise la notion de citoyenneté sur les plans sociale, politique et culturelle et elle stimule la cohésion sociale. À cet effet, elle est typiquement universelle en termes de contenu et d'accès ; elle garantit l'indépendance éditoriale et l'impartialité ; elle fournit un repère de qualité ; elle offre une diversité de programmes et de services pour combler les besoins de tous les groupes de la société et elle est responsable devant le public. Ces principes s'appliquent quelque soit les changements qui peuvent intervenir pour répondre aux exigences du XXIème siècle.

- Rapport sur la radiotélévision de service public par le Comité sur la culture, la science et l'éducation de l'Assemblée parlementaire du Conseil de l'Europe, 2004.

6.2 LA PROMESSE DE LA RADIOTELEVISION DE SERVICE PUBLIC

Dans un contexte « idéal », la radiotélévision de service public tiendrait plusieurs promesses. Mais, à une époque de privatisation, de mondialisation du commerce, de compétitivité féroce, de besoins d'infrastructures coûteuses et de publics de plus en plus ciblés, ces promesses peuvent sembler trop exigeantes et irréalistes, sinon inatteignables.

Cependant, avec le juste dosage de volonté politique, d'autonomie de programmation, de participation du public et de ressources financières, la radiotélévision de service public a le potentiel pour remplir sa promesse de fournir un généreux divertissement qui soit informatif, éducatif et par-dessus tout d'intérêt public. De plus, dans une époque de domination des corporations transnationales et du déclin du puissant Etat-nation, elle doit avoir la capacité d'agir comme chien de garde de la communauté et de fournir un forum (mondial/national/ local) pour l'action sociale et la participation du public.

La promesse de la radiotélévision de service public réside tout particulièrement dans son potentiel à engager le public dans le processus politique. L'objectif de base de la radiodiffusion publique devrait être d'enrichir, de divertir et de donner le pouvoir au public :

- > en suscitant le débat et une action sociale dans l'espace public,
- > en mettant en place des réseaux de télévision à deux ou trois paliers au niveau de la nation-état-cité et au niveau communautaire,
- > en rendant le processus politique transparent,
- > en agissant, encore une fois, en chien de garde (un rôle jusque là attribué au Quatrième pouvoir),
- > en faisant connaître et en expliquant la politique du gouvernement,
- > et en favorisant la participation du public sur ses chaînes.

Comme nous l'avons vu dans les chapitres précédents, il n'y a pas de modèle universel de radiotélévision de service public. Il y a cependant certains principes universels qui pourraient être utilisés pour juger des normes de programmation sur les radiotélévisions de service public telles que la garantie de liberté d'expression (habituellement à travers la législation), et l'ingérence minimum du gouvernement, spécialement sur le contenu des programmes qui contribuent au pluralisme de l'accès et de l'expression ainsi qu'à l'indépendance par rapport au financement par le gouvernement ou par les revenus publicitaires.

6.3 LE STATUT PROFESSIONNEL ET LES DROITS DES JOURNALISTES

La radiotélévision de service public présente des émissions de qualité, spécialement dans la production de nouvelles et d'émissions d'affaires publiques. Elle établit les normes pour le secteur de la radiodiffusion. Elle y arrive parce que les journalistes et les travailleurs des médias ont des conditions de travail justes et décentes qui garantissent le pluralisme et l'indépendance éditoriale.

Dans sa Déclaration de Zagreb, (47) la Fédération internationale des Journalistes (FIJ) rappelle avec insistance que « les obligations de service public des médias sont essentielles à la liberté d'opinion et d'expression ainsi que pour la protection de la pluralité des points de vue. » **La FIJ déclare que pour développer un tel système il est essentiel d'avoir :**

- a) Un cadre légal et financier qui garantisse la radiodiffusion de service public ; protégeant ainsi la diversité culturelle et sociale des communautés ;
- b) Des réglementations qui soutiennent les obligations de service public de tous les médias de fournir des services d'information fiables, précis et de qualité disponibles au public ;
- c) Des structures de réglementation nationales et internationales qui protègent l'indépendance éditoriale en radiodiffusion.

En adoptant des normes minimales pour sauvegarder l'indépendance éditoriale et maintenir des standards professionnels, la FIJ demande aux structures nationales de régulation de garantir que :

- > les radiotélévisions de service public soient financièrement indépendantes des gouvernements,
- > que les structures administratives telles que les conseils d'administration, les conseils de surveillance et les conseils consultatifs de la radiotélévision de service public n'aient aucun rôle à jouer dans la gestion quotidienne des radiodiffuseurs de service public,
- > que les postes de la haute direction des organismes de radiotélévision de service public soient ouverts au public et que les titulaires soient désignés pour des mandats à durée fixe sans tenir compte des échéances électorales du gouvernement,
- > que, pour remplir leurs devoirs journalistiques, la rémunération et les conditions de travail des journalistes doivent être acceptables.

Pour le texte intégral de la Déclaration de Zagreb:

<http://www.ifj.org/default.asp?index=290&Language=EN>

6.4 LES LIGNES DIRECTRICES EDITORIALES DANS LA PRODUCTION D'ÉMISSIONS

Plusieurs radiotélévisions de service public ont imaginé des lignes directrices éditoriales pour leur personnel de production. Ces lignes directrices peuvent garantir ou nier l'indépendance d'un système de radiotélévision de service public, spécialement de sa programmation de nouvelles et d'affaires publiques. Les exemples présentés ci-dessous, sont tirés d'expériences remarquables à travers le monde.

6.4.1 Les lignes directrices éditoriales de la CBA (48)

La Commonwealth Broadcasting Association (CBA) en partenariat avec l'UNESCO a réalisé une brochure complète et détaillée sur les lignes directrices éditoriales pour les diffuseurs. Cette brochure rappelle plusieurs des principes de la radiotélévision de service public dont on traite dans ce livre.

Les principes éditoriaux fondamentaux que l'on retrouve dans cette brochure incluent les critères suivants :

- > Rappporter et présenter les nouvelles et les Affaires publiques honnêtement en dévoilant tous les faits essentiels.
- > Respecter le droit de l'auditeur à entendre une variété d'opinions. Ne pas dissimuler des faits pertinents connus ou déformer les faits en mettant l'accent de façon fautive et inappropriée.
- > Essayer de présenter tous les aspects d'une question. Essayer d'en arriver à un équilibre. Cela ne peut pas toujours être accompli dans une même émission ou bulletin de nouvelles, mais devrait être réalisé dans des délais raisonnables.
- > Prendre des décisions éditoriales basées uniquement sur le mérite de la nouvelle. Être équitable ne signifie pas de laisser planer des doutes, ou que tous les aspects d'une question doivent recevoir la même attention.
- > Il est vital de soutenir le principe de la liberté journalistique. La protection des sources des journalistes est une part importante de ce principe.
- > Présenter avec le plus grand soin les scènes de brutalité, de violence, d'atrocités et de douleur personnelle.
- > Respecter le droit légitime d'une personne à la vie privée et ne pas s'imposer dans la douleur et la détresse des personnes à moins que cela ne soit justifié par des considérations d'une importance primordiale dans l'intérêt du public.
- > Ne pas permettre à la publicité et aux considérations commerciales, politiques ou personnelles d'influencer les décisions éditoriales.
- > Ne prendre aucune position éditoriale dans les reportages ou la programmation.

6.4.2 Les lignes directrices des producteurs, RTHK (Hong Kong)

En 1998, la RTHK a commencé à codifier ses pratiques éditoriales. Cet effort a mené à la publication de la première édition des Lignes directrices pour les producteurs de la RTHK afin d'accroître la transparence et la responsabilité de leur fonction. Ces lignes directrices reflètent non seulement leurs principes de travail mais aussi les attentes de la communauté en ce qui concerne les normes et les standards sociaux. **Il comprend un système d'arbitrage obligatoire qui précise que les cas suivants doivent être soumis au chef de la division ou discutés à l'avance aux réunions éditoriales ou du personnel responsable :**

- > Les interviews avec des criminels ou avec des personnes recherchées par la police.
- > Toute proposition d'accorder l'anonymat à quiconque essayant de se soustraire à la justice.
- > La rémunération de criminels ou d'anciens criminels.
- > La diffusion de tout enregistrement clandestin originellement fait pour des raisons légales ou à titre de référence.
- > Le dévoilement des détails d'un enlèvement ou d'un crime sérieux qui auraient été obtenus clandestinement ou de manière non officielle.
- > Les requêtes de l'extérieur pour voir ou obtenir du matériel enregistré non diffusé.
- > La commande d'un sondage d'opinions sur une question politique.

Pour un complément d'information: <http://www.rthk.org.hk/about/guide/e3.htm>

6.5 RENDRE LA POLITIQUE TRANSPARENTE :

LA DIFFUSION PARLEMENTAIRE

Rendre le processus politique transparent est une responsabilité fondamentale de tout système de radiotélévision de service public. Cela peut aussi servir à tester les garanties législatives de liberté d'expression.

ENCADRE 6.2

La capacité des radiodiffuseurs de transmettre les événements en direct permet aux auditeurs de devenir les partenaires virtuels de ces événements. La diffusion parlementaire en direct, dans ce contexte, permet aux électeurs d'évaluer la conduite de leurs représentants élus. Il n'y a aucun doute qu'une telle évaluation par les électeurs est essentielle afin de développer une représentation effective et responsable dans un contexte démocratique. Elle assure aussi le droit de la population de recevoir une diversité de points de vue sur des questions politiques importantes et la liberté de rechercher de l'information sur les affaires qui la concernent directement. La diffusion parlementaire tombe donc carrément dans les attributions du radiodiffuseur public.

- Torben Krogh, Président du PIDC, *Informed Democracies*, CBA/UNESCO, 2003

La couverture parlementaire est un levier important du système de communication essentiel à une démocratie éclairée. Dix ans après que les premières caméras furent admises pour la première fois à la Chambre des Communes britannique, un rapport affirmait :

« La capacité de créer une interactivité se trouve au coeur des nouvelles technologies d'information et de communication. Les médias traditionnels ont été largement non-interactifs. Quelqu'un pouvait, bien sûr, envoyer une lettre à un journal ou appeler une tribune téléphonique de la radio ou de la télévision, mais en général, la communication, autant dans les médias écrits que dans les médias électroniques ne se faisait que dans une direction... malgré quelques espoirs forcés d'une démocratie directe au bouton poussoir, il n'y a pas de bonnes raisons de croire que les structures politiques représentatives continueront d'être considérées par la majorité des citoyens comme la manière la plus efficace, pratique et intelligente d'organiser la démocratie. » (49)

De nombreuses chaînes de télévision, ABC en Australie, Doordarshan en Inde, C-SPAN et des télévisions locales aux Etats-Unis et la BBC en Grande-Bretagne consacrent des heures d'antenne à la diffusion des séances du sénat et du parlement.

Les Parlements sont ouverts au public de façon à ce que celui-ci puisse voir ce qui est décrété en son nom. Les contraintes d'espace physique font que les visites ne sont pas praticables pour tous, mais une façon d'amener les procédures parlementaires dans tous les foyers est à travers la diffusion.

- Elizabeth Smith, Secrétaire générale de la Commonwealth Broadcasting Association, Informed Democracies, CBA/UNESCO, 2003

Plus de 60 pays dans le monde permettent maintenant la présence de caméras de télévision et de micros de radio pour enregistrer et diffuser les séances de leur parlement. (50) Les vrais pionniers furent la Nouvelle-Zélande et l'Australie. Le premier commença la diffusion à la radio des séances de la Chambre des Représentants en 1936 et le second suivit l'exemple une décennie plus tard.

6.5.1 Nouvelle Zélande

La responsabilité de la transmission des travaux du Parlement repose sur Radio New Zealand (RNZ). RNZ, le service de radio national, est, selon la loi, obligé de produire et de diffuser les séances du Parlement à raison de 17 heures par semaine en direct sur sa fréquence AM et un montage d'un peu plus d'une heure d'extraits. La télévision de Nouvelle Zélande, la chaîne TVOne qui diffuse une programmation assez sérieuse de nouvelles, affaires publiques et information destinée à un public plutôt « mature » ne diffuse pas en direct du Parlement mais rend disponible sur son portail web

(nzoom.com) la période des questions. (51) Elle a donc, dans ce but, des caméras au Parlement et elle utilise certains extraits dans ses bulletins de nouvelles quand cela est utile.

6.5.2 Australie

Selon la Loi sur la Radiodiffusion adoptée par le Parlement en 1946, et les amendements subséquents, l'Australian Broadcasting Corporation (ABC) a une obligation statutaire de diffuser les séances du Sénat et de la Chambre des représentants et les réunions conjointes des deux chambres à la radio et à la télévision.

Vers la fin de 1988, un réseau de radio fut créé pour se charger uniquement des diffusions du Parlement. La loi d'origine était très spécifique. Elle stipulait que ces diffusions « devaient être transmises sur une fréquence AM par un diffuseur national dans la capitale de chaque état ». Depuis, la situation a évolué, les travaux du Parlement sont maintenant diffusés sur un réseau national de nouvelles continues, ABC News Radio, qui couvre en direct les séances des deux chambres quand le Parlement siège. En dehors de ces heures, ABC News Radio diffuse des nouvelles qu'elle produit elle-même et des programmes étrangers provenant d'autres radios de service public comme la BBC, Radio Netherlands et Deutsche Welle Radio.

Un Comité conjoint des deux Chambres sur la diffusion des séances parlementaire a été formé pour déterminer exactement comment la diffusion de la radio parlementaire doit fonctionner, quels débats doivent être couverts et quelle Chambre doit bénéficier de la couverture. Ce comité a été établi par une loi de 1946 et compte neuf membres incluant le Président de la Chambre des Représentants et le Président du Sénat. Des sept membres restant, cinq sont désignés par la Chambre et deux par le Sénat en tenant compte des forces des partis au Parlement.

La télédiffusion des séances du Sénat a commencé en 1990 et celle de la Chambre des Représentants l'année suivante. Quand le Parlement siège, les sessions sont diffusées sur ABC TV et, contrairement à la radio, c'est ABC, non pas le Parlement, qui détermine l'attribution des temps de diffusion de la période des questions. La couverture alterne entre les deux Chambres. Celle qui n'est pas couverte en direct a sa période de questions diffusée en soirée.

6.5.3 Canada

Le Canada prétend avoir été le premier pays du Commonwealth à avoir télédiffusé en direct les débats parlementaires à l'occasion de la lecture du « Discours du Trône » par la Reine Elizabeth durant sa visite à Ottawa en 1977. Deux ans plus tard, le diffuseur national, la Société Radio-Canada (CBC/SRC) s'est vu octroyer par la structure de réglementation, la Commission de Radiodiffusion et des Télécommunications du

Canada, l'autorisation exclusive de couvrir les travaux du Parlement. À l'origine, la SRC/CBC avait une chaîne consacrée à la diffusion des travaux du Parlement qu'elle a mise hors service en 1991 à cause de coupures de budget. Aujourd'hui, la SRC/CBC ne diffuse pas les sessions du Parlement en direct sauf dans des occasions spéciales telles que la lecture du « Discours du Trône » ou la lecture du Budget. Mais elle utilise dans ses bulletins de nouvelles et ses émissions d'actualité régulières des extraits de la Période des questions, les jours où le Parlement siège. La radio anglaise de la SRC/CBC diffuse une émission régulière d'une heure le samedi matin, « The House » qui présente une vue d'ensemble des questions débattues au Parlement au cours de la semaine.

6.5.4 Danemark

Le Danemark fut le premier pays européen, en 1997, à couvrir les sessions du Parlement. La chaîne DK4 couvre tous les débats – de même que TV2 et EDR qui ont des studios à l'intérieur de l'édifice du Parlement. Ils offrent aux téléspectateurs une programmation qui semble grandement appréciée.

6.5.5 Grande Bretagne

Ce fut une bataille longue et importante que de faire entrer les caméras et les microphones au parlement de Grande Bretagne. La BBC suggéra, pour la première fois, la diffusion des débats du parlement aussi tôt que dans les années 20, mais l'idée fut rejetée. Depuis, la BBC a fait plusieurs expériences de diffusion et la couverture permanente en radio fut permise en 1978. Mais pour la télévision, c'était une autre affaire. Certains considéraient que la télévision rendrait dérisoire et déformerait le travail du parlement et que les membres du parlement seraient tentés de poser pour la galerie afin de paraître eux-mêmes à la télévision. Et l'équipement – les caméras, l'éclairage, les câbles tirés un peu partout et les techniciens qui font fonctionner l'équipement – serait trop gênant.

Ce fut la Chambre Haute, les « Lords », qui fut la première à accepter la télédiffusion en 1985 mais seulement sur une base expérimentale. On mis encore cinq ans avant que la Chambre des Communes admette les caméras. Aujourd'hui, la BBC doit « diffuser un compte rendu impartial, au jour le jour, préparé par des reporters professionnels, des séances du parlement » dans l'émission « Today in Parliament » sur Radio 4, une chaîne nationale. L'émission est diffusée en fin de soirée et reprise durant la nuit avec, si nécessaire, des mises à jour. L'émission originale de 15 minutes résumant les séances, citant les ministres, les députés et les Paires est maintenant présentée dans un format plus adapté et s'étend à la Chambre des Communes autant qu'à la Chambre des Lords.

La radio de la BBC diffuse les « Questions au Premier ministre » le mercredi à la mi-journée et retransmet en direct la « Période des questions » les mardis et jeudis. Les événements importants, tels que les séances d'ouverture du parlement, sont traditionnellement diffusés

en direct, de même que les discours du Premier Ministre et du Chef de l'opposition ; la présentation du budget par le Chancelier de l'échiquier, les remarques du porte parole de l'opposition en matière de Finances ou les débats sur des questions très importantes – par exemple, une possible action militaire contre l'Irak au début de 2003.

La télévision couvre aussi occasionnellement en direct certains débats, habituellement de la Chambre des Communes. La chaîne de nouvelles continues de la BBC, News 24, diffuse une émission de 30 minutes en fin de soirée, « The Day in Parliament », résumant les séances du jour.

Pour ceux qui, en Grande Bretagne, en veulent encore plus, il y a une chaîne spéciale consacrée au Parlement : BBC Parliament. Lancée en 1992 par un groupe de compagnies de câble comme un service sans but lucratif, et prise en main par la BBC six ans plus tard, elle fournit une couverture continue sans montage des séances mais elle n'est disponible que sur satellite, câble ou télévision numérique terrestre. Les débats sont présentés en direct et ne sont pas interrompus par des commentaires. La chaîne diffuse aussi en entier les réunions des comités importants et leur donne une place régulière dans la grille de diffusion durant les week-ends. Il y a une émission quotidienne d'une demi-heure diffusée le soir en fin de programme et reprise tôt le lendemain matin ainsi qu'un résumé hebdomadaire qui est aussi repris.

Durant les vacances parlementaires, des émissions destinées à mieux faire comprendre aux téléspectateurs le travail des deux Chambres sont diffusées sur BBC Parliament. Pendant la suspension des travaux de Pâques 2003, par exemple, on a expliqué en détail, en utilisant du matériel d'archive, le travail des comités spécialisés de la Chambre des Communes.

6.5.6 Inde

Dans la plus grande démocratie du monde, le Parlement est souvent présenté en direct à la télévision mais pas à la radio. Des événements spéciaux, tels que le discours du Président aux membres des deux Chambres, sont diffusés en direct comme le sont d'autres occasions importantes comme le budget national et le budget des chemins de fer – de la plus grande importance dans un pays où, dit-on, quelque dix millions de personnes voyagent par train tous les jours et où les tarifs sont fortement subventionnés. Des annonces importantes du Gouvernement sont aussi diffusées en direct telles que la décision du gouvernement de reprendre le dialogue avec le Pakistan au début de mai 2003, par le Premier Ministre Atal Bihari Vajpayee, diffusée sur les chaînes internationales par satellite à travers le monde. La radio d'Etat, All India Radio (AIR), a toujours été la seule station autorisée à diffuser des nouvelles à la radio. Elle enregistre la « Période des questions » qui est diffusée plus tard le même jour sur sa chaîne nationale. Les stations régionales de l'AIR organisent la couverture en direct du discours du Gouverneur aux Assemblées de l'Etat et

la présentation du budget par le Ministre des finances de l'état. La télévision d'Etat, Doordarshan, produit et diffuse une heure de séance parlementaire quotidiennement.

6.5.7 Afrique du Sud

La South African Broadcasting Corporation (SABC) transmet des sessions parlementaires en direct sur une chaîne nationale qui rejoint un peu plus des trois quarts de la population. Elle consacre huit heures par semaine à des reportages en direct de l'Assemblée Nationale durant les sessions parlementaires – mais cette durée peut être réduite pour laisser la place à des diffusions spéciales comme le Sommet de la Terre qui s'est tenu à Johannesburg en août et septembre 2002. Les bulletins de nouvelles de la télévision de la SABC, incluant les reportages du parlement sont aussi disponibles sur Internet.

Dans plusieurs autres pays en développement et certains petits pays européens, les diffusions parlementaires ou les sessions spéciales sont transmises en direct sur les fréquences AM de la radio. Des extraits des débats sont diffusés dans les émissions de nouvelles quotidiennes ou dans des reportages parlementaires spéciaux présentés généralement en soirée. La télévision couvre habituellement le Parlement lors d'un débat spécial ou au moment de la lecture du budget ou encore à l'ouverture d'une nouvelle session parlementaire.

6.5.8 Les règles pour la diffusion parlementaire

Alors que les parlements, dans la plupart des pays, apprécient la transmission des sessions en direct par les diffuseurs nationaux, les membres du Parlement, en tant que représentants du peuple, sont soucieux de conserver leur dignité. À cet effet, ils ont établi une série de règles pour contrôler la façon d'opérer des diffuseurs.

Selon les règles formulées par un Comité spécial de la Chambre des Communes sur la télévision au Royaume-Uni, par exemple, le tournage dans la Chambre est strictement contrôlé. Il y a des règles sur l'utilisation de la caméra et des règles sur l'utilisation des enregistrements des séances parlementaires. « La couverture doit donner un compte rendu simple des séances de la Chambre, sans commentaire subjectif ni techniques de montage faits pour le divertissement plutôt que pour l'information. » (52)

Ainsi les caméras sont orientées sur le président de la Chambre, les coupes pour montrer les réactions ne sont pas permises sauf celles des personnes qui sont nommées dans le débat. Les caméras ne peuvent pas montrer les députés en train de bâiller ou de s'endormir sur les bancs verts matelassés, à moins qu'ils se trouvent dans le cadre de la caméra, derrière le député qui est en train de parler ou assis à côté de lui. S'il y a une perturbation – comme par exemple en 1987 quand un député travailliste lança avec violence des papiers à un

ministre, s'empara du marteau (Mace), symbole de l'autorité du Président, et le lança sur le plancher, ou quand un des leaders conservateurs s'empara du marteau et le fit tourner autour de sa tête, ou encore quand une jeune femme députée d'Irlande du Nord essaya d'attraper le revers de la veste d'un ministre du gouvernement conservateur – les règles exigent que les caméras ne montrent pas les scènes de désordre et s'orientent plutôt vers le Président.

Un autre domaine où les parlements sont préoccupés de protéger leur dignité est celui de l'utilisation qui peut être faite des enregistrements ou des pellicules. Le texte des directives publié par les parlements britannique et australien, par exemple, est très similaire. Les lignes directrices publiées par le Comité conjoint australien sur la diffusion des séances parlementaires précisent que les reportages des séances doivent fournir une présentation équilibrée des différents points de vue et que les enregistrements des séances (du Sénat et de la Chambre des Représentants) doivent être utilisés seulement dans le but de fournir des reportages justes et précis des séances. **Ils ne doivent pas être utilisés pour :**

- > la publicité des partis politiques ;
- > la satire ou le ridicule ;
- > la publicité ou la commandite commerciale.

Aussi, aucun extrait des séances parlementaires ne peut être utilisé dans quelque forme que ce soit de publicité, promotion ou dans une émission de divertissement ou de satire politique. Toutefois, des extraits des séances parlementaires peuvent être inclus dans un magazine de radio ou de télévision qui comprend aussi de la musique et des séquences humoristiques pourvu que les différents genres et sujets soient clairement séparés.

En Australie, c'est une exigence que les caméras soient dirigées vers le membre qui parle et que le cadrage ne soit pas plus serré que la tête et les épaules. Les lignes directrices canadiennes sont quasi similaires. Les caméras doivent ignorer « la mauvaise conduite délibérée visant à attirer l'attention de la caméra. » Et, dans l'éventualité d'un grave désordre, les lignes directrices disent que « la caméra doit se tourner vers le Président aussi longtemps que la séance continue ou jusqu'à ce que l'ordre soit rétabli. »(53) Les règles de la Chambre des Communes du Royaume-Uni sont aussi très similaires – ni les interruptions ni les manifestations dans les galeries ne doivent en aucune circonstance être télévisées. Si un tel incident devait arriver, le réalisateur devrait donner une vue d'ensemble de la Chambre, qui ne montre pas l'incident déplacé ou un plan de la présidence. La presse, les galeries du public, les bancs de personnalités officielles ou des invités derrière le fauteuil du Président, n'étant pas directement liés aux séances, ne devraient être montrés autrement que dans le plan d'ensemble ou d'autres plans autorisés de la Chambre.

Les parlements australiens et britanniques interdisent aussi aux caméras de montrer des plans rapprochés des documents des députés. La plupart des pays du Commonwealth suivent aussi ces règles.

6.6 LA PROGRAMMATION POUR LES MINORITES

Un rôle important que la radiotélévision de service public devrait jouer est la diffusion d'émissions pour les minorités ethniques et religieuses. Dans la plupart des pays, la programmation destinée à ces communautés n'est pas commercialement rentable pour les diffuseurs privés, spécialement quand ces communautés se retrouvent dans les catégories socio-économiques les moins favorisées.

Pour régler ce problème, dans certains pays, des chaînes de radio et de télévision sont consacrées aux minorités ethniques et religieuses. Dans d'autres cas, cette programmation peut s'inscrire dans des créneaux spéciaux sur les chaînes régionales et nationales des radiotélévisions de service public.

ENCADRÉ 6.4

Les médias devraient refléter la réalité dans sa complexité et rendre compte de la diversité ethnique ainsi que des conflits ethniques, de la discrimination et du racisme. En faisant cela, les médias ont la difficile tâche de se comporter de façon responsable et critique. Les médias devraient avoir pour but de fournir une vision plus diversifiée et équilibrée de la réalité. Les diffuseurs pourraient s'inspirer davantage des normes et pratiques qui existent déjà à ce sujet.

Si un diffuseur n'a aucune norme ou ligne de conduite concernant la façon de rendre compte des questions ethniques, il devrait en adopter une qui contribue à l'expression de la diversité et de la tolérance. Les diffuseurs devraient se préoccuper davantage de la diversité et du multiculturalisme dans leurs émissions, et offrir une programmation pour les groupes minoritaires nationaux y compris en heure de grande écoute. Les institutions de formation des journalistes devraient s'intéresser à la façon dont les médias traitent les questions touchant les minorités et suggérer des façons d'améliorer la performance des médias.

- Université de Tampere, Finlande

(Source : L'association européenne de radiodiffusion ethnique)

6.6.1 BBC Asàn Network

En Grande-Bretagne, le BBC Asian Network fut spécialement créé pour servir les communautés de plus en plus importantes d'Asie du Sud. Il s'agit d'un réseau de radio national, installé à Birmingham, qui témoigne de la vie, de la culture et de la musique asiatiques au Royaume-Uni. C'est en 2002 que ce réseau est devenu national sur la radio numérique pour servir les importantes communautés asiatiques de Londres et du sud-est de l'Angleterre. La station diffuse un mélange d'émissions parlées et de musique aux Asiatiques de deuxième et troisième générations. C'est vif, contemporain et le contenu est conçu pour refléter les questions qui intéressent les Asiatico-britanniques.

Vihay Sharma, le Chef du BBC Asian Network, décrit la nouvelle station comme « le marché unique où les communautés asiatiques peuvent trouver quotidiennement les nouvelles nationales, les événements internationaux les plus importants et de la musique allant des derniers succès britannico-asiatiques à la musique de légende. Nous sommes une station avec un regard vers l'extérieur mais qui a aussi la responsabilité de refléter la communauté pour que les gens puissent voir ce qui est sujet de réjouissance et ce qui l'est moins. » (54)

Une personnalité de la station, Sonia Deol, dit que ses émissions seront « entièrement orientées vers l'auditeur, qu'elles seront fortement interactives et, dans ce sens, plutôt imprévisibles. » Elles comprendront « la seule tribune téléphonique nationale pour les Asiatiques qui traitera des vraies questions qui les concernent. » (55) Du petit-déjeuner jusqu'à tard dans la nuit, la programmation inclut les nouvelles britannico-asiatiques et beaucoup de musique asiatique comme Bhangra et d'autres succès populaires qui s'inscrivent au palmarès des succès britanniques. La programmation du week end comprend le DJ de renommée internationale DJ Ritu avec les dernières informations sur bhangra, Bollywood et Hollywood. La programmation de jour et de week end est principalement en anglais alors que les émissions en soirée sont en Hindi-Urdu et dans des langues régionales telles que le Mirpuri, le Gujarati, le Bengali et le Punjabi.

ENCADRE 6.5
L'IMPORTANCE DE LA LANGUE

La langue est un élément important de l'histoire, de la culture et de la politique européennes ; il est très important pour chacun de nous d'avoir le libre choix de la langue. Ceci s'applique aussi, et peut-être plus spécialement, à ceux pour qui la langue officielle de leur pays n'est pas leur langue maternelle, peut-être parce qu'ils parlent une langue nationale minoritaire. Le désir de ces citoyens de choisir leur propre langue s'applique aussi aux médias audiovisuels.

*- Susanna Nokoltchev, Chef du Service d'Information légale,
Observatoire audiovisuel européen*

6.6.2 SBS Radio (Australie)

En Australie, le SBS Radio network (Special Broadcasting Services), financé par le gouvernement célèbre son trentième anniversaire en 2005. De ses humbles débuts, en 1975, alors que seulement deux stations, l'une à Sydney et l'autre à Melbourne, diffusaient des messages à propos des changements dans les soins de santé, SBS Radio est maintenant devenue un réseau national diffusant 24 heures par jour, sept jours par semaine dans plus de 52 langues.

Le personnel de production et de diffusion, les journalistes et le personnel de soutien produisent plus de 13,500 heures d'émissions australiennes chaque année pour diffusion sur deux fréquences à Sydney et à Melbourne et pour le réseau national qui couvre la plus grande partie du continent. Aujourd'hui, toutes les émissions sont aussi mises à disposition directement sur Internet avec des reportages spéciaux, des bulletins de nouvelles et d'autres informations. Les 2,7 millions d'Australiens qui parlent une autre langue que l'anglais à la maison constituent l'auditoire principal de SBS Radio.

Les émissions, dans toutes les langues, commencent par des nouvelles et contiennent un mélange d'actualités, de questions sociales, de débats, de sports, d'information communautaire et de musique. Les bulletins de nouvelles concernant les pays d'origine des résidents « ethniques » comprennent, sur une base régulière, des entrevues téléphoniques avec les acteurs de l'information de leurs pays. SBS Radio complète son financement public en produisant et diffusant des campagnes d'information pour les agences du gouvernement et les organisations sans but lucratif en plus de la publicité non gouvernementale et de la commandite.

6.6.3 « Sleeplessness » sur la Télévision estonienne

En Estonie, le gouvernement utilisait les médias comme un important outil afin d'intégrer les russophones et les autres minorités au courant dominant de la société. Le projet comprenait une formation pour les journalistes russophones, la diffusion d'émissions de radio dans les langues minoritaires et des programmes saisonniers en estonien, en russe ou bilingues. L'objectif était d'encourager l'auditoire russophone à regarder ou à écouter les médias nationaux et locaux. Une des composantes du projet visait l'éducation aux médias pour accroître le nombre de jeunes professionnels des médias parmi les non Estoniens ou pour, tout simplement, créer une nouvelle génération de non Estoniens ayant développé des habitudes d'utilisation et d'écoute des médias. Les groupes cibles étaient les universités, les étudiants du secondaire et ceux des écoles spécialisées ainsi que les associations d'enseignants des médias et les associations de médias pour les jeunes. Les activités de ce projet comprenaient la mise en place d'émissions éducatives sur les médias, dans les écoles russophones, dans le but de « former les étudiants à mieux comprendre les

débouchés offerts par les médias, leur donner une approche critique et développer leur intérêt à participer à la production média. »

Au cours des dernières années, un des « talk shows » les plus populaires de la télévision public a été « Sleeplessness » qui traitait des questions sociales et politiques les plus controversées de l'heure. Les responsables de l'émission recevaient des invités d'origines ethniques et de statuts différents ainsi que quelques experts dans des domaines particuliers. L'émission bénéficiait d'un des plus hauts taux d'écoute jamais enregistrés, non seulement pour une émission bilingue mais aussi pour une émission socio-politique. Plusieurs téléspectateurs ont été déçus quand l'heure de diffusion de l'émission est passée de 21h30 à 23h15 les mardis soirs.

6.6.4 Le service « Meer van Anders » (Pays-Bas)

L'objectif de la politique des médias du gouvernement néerlandais est d'assurer au plus grand nombre possible de citoyens l'accès à des médias indépendants, variés et de grande qualité. Compte tenu de la composition changeante de la population néerlandaise, influencée par l'immigration, une règle de base de la politique des médias du gouvernement prévoit que cette composition doit se refléter dans les émissions diffusées, chez ceux qui produisent ces émissions et chez ceux qui les regardent ou les écoutent.

La Dutch Programme Foundation, NPS, dont la principale tâche est de compléter l'offre de programmes des autres diffuseurs publics, a donc là une obligation spéciale : consacrer 25 pourcent de son temps d'antenne radio et 20 pourcent de son temps d'antenne télévision à des émissions sur la société multiculturelle. La Loi sur les médias (via les directives imposées et les autres exigences) oblige aussi les autres diffuseurs à refléter la diversité culturelle autant à l'écran que derrière la scène. La Dutch Broadcasting Foundation, NOS, l'organisation qui chapeaute les diffuseurs publics a eu pendant plusieurs années un service spécialisé dans la diversité, le « Meer van Anders ». Ce service cherchait à attirer l'attention des producteurs d'émissions sur le besoin d'une représentation équilibrée des différents groupes à la radio et à la télévision – hommes et femmes, noirs et blancs, jeunes et vieux.

Dans les quatre principales villes (Amsterdam, Rotterdam, La Haie et Utrecht) et dans d'autres régions avec des communautés ethniques relativement importantes, la radiodiffusion locale offre une source idéale d'information et un espace pour les groupes ethniques. Depuis novembre 2001, le gouvernement central et les Conseils municipaux des quatre principales villes financent le MTNL (Migranten Televisie Nederland), qui diffuse des émissions de télévision pour les minorités ethniques. En collaboration avec les diffuseurs régionaux et locaux, MTNL produit des programmes pour les quatre plus grands groupes

6.7.1 « Sesame Street » (Etats-Unis)

En Amérique du Nord, la télévision pour les enfants a connu un tournant majeur en 1969 avec la création de la visionnaire émission de PBS « Sesame Street ». Toujours en production après trente ans, « Sesame Street » est une émission éducative produite par le « Sesame Workshop » et mettant en vedette les marionnettes de Jim Henson. L'émission mélange les personnages humains et les marionnettes, l'animation, la danse et la chanson et les séquences éducatives très originales. « Sesame Street » s'adresse aux enfants dès le plus jeune âge jusqu'à six ans. C'est à travers cette émission de télévision que plusieurs enfants du monde ont été exposés pour la première fois aux mathématiques ou à l'apprentissage des langues, de même qu'à la vie en société et la pensée multiculturelle. L'effet de « Sesame Street » fut si puissant qu'en seulement quelques années, la télévision pour les enfants fut universellement considérée comme ayant un mandat éducatif.

6.7.2 « Play School » (Australie)

En Australie, la populaire émission « Playschool », produite par l'Australian Broadcasting Corporation (ABC) qui a été lancée en 1966, est toujours diffusée. Deux épisodes sont présentés chaque jour, à 9h00 et à 15h00. C'est l'émission qui est diffusée depuis le plus longtemps en Australie et la seconde, seulement après « Sesame Street », en termes d'influence sur les enfants australiens. Depuis la conception de l'émission, les producteurs de « Playschool » ont fait des efforts pour promouvoir auprès du public l'égalité, l'éducation sous une forme ludique et l'amour de la connaissance. Travailler pour l'émission « Play School » est perçu comme un emploi exigeant et important par certains comédiens talentueux parce qu'ils ont le sentiment de faire partie de la vie des enfants d'une génération et de procurer une base pour un apprentissage qui durera toute la vie. La philosophie de « Playschool » est d'encourager un enfant « à s'interroger, à penser, à sentir et à imaginer. » Les deux présentateurs (toujours un homme et une femme) s'adressent aux enfants directement et personnellement de façon à ce que chaque enfant qui regarde l'émission sente qu'il passe du temps avec deux personnes qu'il connaît et en qui il a confiance. Les histoires, les chansons et les activités qui forment le tissu de la culture des enfants australiens sont tissées dans cette relation. « Playschool » a du succès parce qu'elle satisfait notre besoin humain fondamental d'interagir avec d'autres personnes et d'être apprécié d'eux.

6.7.3 Les chaînes de télévision pour les enfants (Chine)

L'administration d'Etat de la Radio, du Film et de la Télévision en Chine (SARFT) annonçait en mai 2004 que toutes les stations de télévision des provinces de Chine lanceront une chaîne spécialisée pour les enfants d'ici la fin de 2006. Le radiodiffuseur d'Etat, China Central Television Station (CCTV) a lancé sa chaîne spécialisée pour les enfants en 2003. Selon le plan en trois étapes, un tiers des stations de télévision provinciale de Chine ont reçu l'ordre de lancer leur chaîne pour les enfants avant la fin de 2004. Les stations de télé-

vision ont l'obligation de produire et de diffuser d'excellents films d'animation, des longs métrages, des fictions, des émissions éducatives et des émissions de divertissement destinés aux jeunes téléspectateurs. 28 pourcent de la population chinoise a moins de 18 ans et la Commission Centrale pour guider le progrès éthique et culturel dit que « renforcer et améliorer le développement idéologique et éthique des mineurs constitue une exigence urgente pour construire une société aisée d'une manière générale. » (57)

6.8 LA RADIOTELEVISION EDUCATIVE

Dans plusieurs pays, la radiotélévision de service public a joué un rôle important dans l'éducation à distance pour adulte. Quelques-uns des exemples à succès sont les diffusions destinées aux fermiers sur les chaînes de radio publique en Asie, particulièrement dans les années 70, qui ont joué un rôle majeur dans le succès de la révolution verte.

Dans les pays développés aussi, au cours des dernières décennies, la radio et la télévision publiques sont devenues des composantes importantes des services d'éducation des adultes. La technologie numérique joue un rôle de premier plan dans l'expansion de cette fonction à la radio télévision de service public.

6.8.1 Countrywide classroom (Inde)

En 1984, la « University Grants Commission » (UGC) en Inde a lancé un projet original appelé « countrywide classroom » (CC) en collaboration avec le Radiodiffuseur national public Doordarshan. Ayant commencé avec une heure de diffusion les jours ouvrables, sur le réseau de télévision national de Doordarshan, en 1999, il s'est étendu à 20 heures par semaine. Alors que le CC a un public cible de jeunes et d'adultes à travers le pays, spécialement dans les petites villes et les villages où il y a peu ou pas d'équipements éducatifs, le projet a aussi donné naissance à un réseau de maisons de production dans les universités qui donne l'occasion aux jeunes créateurs de produire des émissions éducatives de service public. L'UGC a installé des centres de médias – « Educational Media Research Centres (EMRC) » et « Audio Visual Research Centres » (AVRC) – dans des universités sélectionnées afin de produire presque toutes les émissions éducatives requises. Le « Consortium for Educational Communication » (CEC), une agence de coordination au niveau national, coordonne le travail de tous les EMRC et AVRC et sert de lien entre eux et Doordarshan pour la diffusion des programmes de CC de l'UGC. Le projet CC est entièrement financé par l'UGC qui est sous la responsabilité du Ministère du Développement des ressources humaines. Le projet CC cherche à exploiter le potentiel des médias en termes d'instantanéité, d'omniprésence, d'animation, d'effets spéciaux, de puissance visuelle et de proximité dans la présentation des émissions éducatives. (58)

6.8.2 Wisconsin Telecourses

Dans l'Etat du Wisconsin aux Etats-Unis, l'investissement public dans la radiodiffusion non commerciale comporte une exigence selon laquelle une portion du financement consacré au soutien de la radiodiffusion publique doit être utilisée à des fins éducatives. Au plus haut niveau de l'éducation, les universités ou les collèges techniques, la radiodiffusion de service public fournit un support pour la présentation d'une programmation éducative.

Ainsi, la télévision publique offre un espace pour les cours télévisés, la programmation éducative PK-12, et le développement des enseignants à travers des service « en-ligne », la distribution par satellite, les téléconférences et la télévision éducative. Les cours des collèges et des universités, qu'ils soient crédités ou non, sont diffusés chaque semestre, même l'été, pour les étudiants et le public en général dans le cadre d'un programme d'études, pour développement professionnel ou par intérêt personnel. Sauf pour le cours non crédités, tous les cours télévisés sur Wisconsin Public Television sont aussi diffusés sur WMVT-TV. WMVT-TV diffuse en plus d'autres cours crédités pour le « Area Technical College » (MATC). Dans ce secteur, ECB fournit des services de programmation pour WPT et pour WMVT. Celle-ci dessert entre 2500 et 3000 étudiants annuellement à travers ses cours télévisés.

Plusieurs de ces cours télévisés sont présentés durant la nuit pour permettre aux utilisateurs de les enregistrer selon leur convenance. WMVT est un membre statutaire du projet de PBS « Going the Distance ». Elle s'engage à offrir tous les cours du programme à travers la diffusion des cours télévisés. L'université du Wisconsin-Madison (UW) offre des cours aux étudiants inscrits à travers une diffusion sur la deuxième chaîne de la Wisconsin Public Television sur le service de câble de la région de Madison.

Les cours télévisés ont un avenir prometteur ; des cours hybrides qui mêlent les cours télévisés traditionnels avec les nouvelles technologies voient le jour. Ces nouvelles formules sont en expansion.

6.8.3 Continuing Science Education for Teachers via Television (CONSTEL), Philippines

Les Philippines sont un pays où plusieurs régions sont difficiles d'accès, parce qu'il s'agit de petites îles ou de régions montagneuses. Ces difficultés géographiques ont causé des problèmes pour le perfectionnement des enseignants. Les professeurs de sciences, en particulier, ont besoin d'une formation pratique qu'il est impossible de dispenser par écrit. À la suite de discussions de haut niveau entre les politiciens, les universitaires, les hauts fonctionnaires de l'éducation et le secteur privé, la télévision a été reconnue comme le médium le plus approprié et le plus pratique pour assurer rapidement la formation et le perfectionnement des professeurs de sciences. L'Université des Philippines, conjointement avec le ministère de l'Education de la Culture et des Sports (DECS) et le radiodiffuseur

public People's Television Network (PTV), a développé un projet afin de mettre en place un programme de formation basé sur la télévision et soutenu par un financement du gouvernement. Des ateliers ont été organisés durant lesquels les enseignants/présentateurs ont passé une audition, ont été sélectionnés et formés au processus de production. Trois cours télévisés ont été développés : « Science made easy », « Chemistry in Action » et « Physics in everyday life ».

Les cours télévisés sont présentés le samedi matin sur le réseau national PTV et ils ont une durée de 90 minutes. Des reprises sont présentées au cours de trois après-midi dans la semaine qui suit. Les 120 cours télévisés ont été copiés sur cassettes et distribués à plusieurs centaines d'écoles. Il y a 40 épisodes pour chacun des trois secteurs. Du matériel d'accompagnement pédagogique a aussi été publié. Chaque cours, une fois réalisé, était visionné et évalué par le comité de direction du CONSTEL, des consultants, des spécialistes des sujets traités, des écrivains et les professeurs/présentateurs. Les épisodes étaient aussi dirigés par un échantillon de professeurs. Le projet débuta en 1975.

6.8.4 Partnership for a Nation of Learners (Etats-Unis)

En septembre 2004, la Corporation for Public Broadcasting (CPB) et l'Institut of Museums and Library Services (IMLS) ont annoncé la création d'une vaste initiative pour déclencher une collaboration entre les diffuseurs locaux, les musées et les bibliothèques.

« Partnership for a Nation of Learners », un projet de 3 millions de dollars qui s'étendra sur plusieurs années, fournit les ressources pour permettre aux bibliothèques, aux diffuseurs publics et aux musées de se regrouper afin de créer de nouvelles voies pour l'apprentissage, la découverte et l'exploration. Le projet prévoit l'octroi de subventions pour soutenir les collaborations déjà existantes et pour en créer de nouvelles. IMLS est une agence fédérale qui appuie les musées et les bibliothèques dans tout le pays, et CPB, est une société privée sans but lucratif qui distribue les investissements fédéraux dans la radiotélévision publique.

Le Directeur du IMSL, le Dr. Robert Martin affirme que « les changements technologiques et la multiplication des sources d'information ont aidé à stimuler un appétit intense pour les pratiques d'apprentissage fiables, authentiques et de grande qualité offertes par les bibliothèques, les musées et la radiotélévision publique...l'efficacité des collaborations appuyées par la communauté offre une occasion unique d'appuyer les partenariats qui tirent le plus grands avantages des ressources, des atouts et des expériences existants. »

La Présidente et Chef de la direction de CPB, Kathleen Cox, constate que : « les stations de radiotélévision publique, tout comme les bibliothèques et les musées, sont des institutions locales profondément engagées et qu'elles disposent d'une grande richesse en ressources éducatives, ... en travaillant ensemble, nous pouvons faire plus pour plus de

personnes. C'est une belle occasion de créer un niveau de service public sans précédent dans cette ère des nouveaux médias.

6.8.5 NHK Education Corporation (Japon)

La NHK Educational Corporation est reconnue pour l'excellence de sa programmation pour les enfants. Par exemple, plus de 80 pourcent de tous les enfants japonais apprennent à apprécier les plaisirs de la chanson et de la danse en regardant « On TV with Momma ». En plus, des émissions comme « I Can Make it Myself » qui enseigne aux enfants comment cuisiner, « Let's Play in English » qui donne aux enfants d'âge pré-scolaire une longueur d'avance dans l'apprentissage de l'anglais et « Hodge-Podge Station » une émission de divertissement que les jeunes enfants et les parents peuvent regarder ensemble, sont aussi très populaires.

NHK Educational Broadcasting joue aussi un rôle important dans l'éducation des enfants plus âgés et des adultes. En plus des nombreuses émissions conçues pour les classes élémentaires et secondaires, la NHK s'associe aux institutions d'enseignement de niveaux supérieurs pour développer des émissions pour l'« Université des ondes » et des cours par correspondance utilisant aussi la radio et la télévision qui rendent possible l'obtention de crédits universitaires à la maison. Ces cours sont administrés par le ministère de l'Éducation. De plus, les émissions d'initiation à l'anglais ou à l'anglais des affaires sont aussi populaires auprès des adultes. Enfin, plusieurs résidents étrangers au Japon apprennent le japonais grâce à la production de la NHK « Japanese for Daily Living » (www.nhk-ed.co.jp).

Une des caractéristiques les plus remarquables de la NHK ETV aujourd'hui est sa programmation d'émissions spécialisées de grande qualité. Il y a actuellement neuf principaux secteurs de spécialisation formant le noyau du programme :

- 1) La diffusion scolaire : un secteur de programmes destinés aux jardins d'enfants, aux écoles élémentaires et aux premières années du secondaire. Ces programmes suivent le curriculum des manuels scolaires japonais.
- 2) Les cours pour les dernières années du secondaire : ils sont principalement destinés à ceux qui étudient par correspondance, mais les étudiants qui n'assistent pas aux cours utilisent aussi ce service.
- 3) La culture et les arts : des émissions qui traitent de sujets culturels au Japon et dans le reste du monde : littérature, histoire, science et société.
- 4) Les hobbies et les connaissances pratiques : on y enseigne les jeux comme le shogi et le igo, ou encore le jardinage. On y trouve des programmes utiles à la vie quotidienne sur des thèmes tels que la cuisine, la mode et la santé.
- 5) Les arts et les arts de la scène. Des émissions sur les arts, l'opéra, la musique classique et les représentations de Kabuki et de Noh.

6) Les cours de langues : des cours d'enseignement de huit langues étrangères sont offerts en plus d'un cours de japonais.

7) Le bien-être : des émissions destinées aux handicapés et aux personnes âgées et qui traitent aussi des droits humains en plus des bulletins de nouvelles pour les malentendants. Les points (6) et (7) sont des domaines essentiels pour la NHK ETV.

8) Les enfants : ce groupe d'émissions profite du plus important ratio de diffusion. En plus des émissions pour les mères et pour les enfants d'âge pré-scolaire, des émissions de variété faites en studio avec la participation des enfants du niveau élémentaire et des fictions étrangères pour les garçons et pour les filles sont aussi comprises dans ce groupe.

9) Informations : des émissions au cours desquelles des experts viennent commenter les questions sociales ou l'actualité nationale et internationale.

6.8.6 Radio for Easy Listening and Education (Australie)

Le réseau de radio nationale de l'Australian Broadcasting Corporation (ABC), a produit pendant plusieurs années des émissions éducatives conçues à la fois pour une écoute facile par la moyenne des auditeurs de la radio mais aussi pour une utilisation dans les classes et comme matériel de références pour les devoirs. Plusieurs producteurs ont à l'esprit l'obligation de réaliser des émissions qui soient le plus accessible possible. Voici deux exemples de telles émissions :

6.8.6.1 Offspring

"Offspring" est présentée en direct tous les jours de la semaine de 09h00 à 09h30. Cette émission, hautement professionnelle, traite de tous les aspects des soins à donner aux enfants ; ce qui est un sujet d'intérêt universel. Alors que plusieurs émissions de cette série intéressent, au premier chef, les parents, les producteurs ont délibérément voulu ne pas exclure les autres auditeurs. Des questions comme l'adoption, la sexualité infantile, les problèmes d'apprentissage et la thérapie familiale sont abordées de façon sensible et autorisée – autorisée parce que les émissions s'appuient fortement sur une bonne recherche faite par des experts. Les producteurs considèrent que l'effet de ces émissions est cumulatif et vise à faire en sorte que les auditeurs deviennent de meilleurs parents.

6.8.6.2 Talking Point

Les jeudis à 19h15 sur la radio nationale, c'est la diffusion de "Talking Point", une série qui a commencé en 1984. Il s'agit, comme son nom l'indique, d'une émission de débats qui traite de concepts sérieux et importants tels que l'intégrisme, les positions politiques, les droits humains et bien d'autres choses. L'animateur principal et les co-animateurs invités discutent de chacun des sujets avec des experts en créant chez l'auditeur, après un cer-

tain temps, l'habitude d'écouter une discussion structurée et complexe dans un certain nombre de domaines. L'émission est différente de plusieurs autres « talk shows » en ce qu'elle tend à éviter de s'attarder à des considérations immédiates et à plutôt développer une conscience des vérités et des valeurs fondamentales qui sous-tendent la plupart des activités intellectuelles.(61)

6.9 CONSTRUIRE L'IDENTITÉ NATIONALE

La radiotélévision de service public joue un rôle crucial dans la protection des cultures nationales et, si elle est adéquatement dirigée et guidée, dans la construction des identités nationales. Certains critiquent ce rôle et jugent qu'il encourage le chauvinisme racial et culturel alors que d'autres le saluent comme une barrière nécessaire contre la pénétration culturelle étrangère ou l'impérialisme culturel.

Le ministre de la Radiodiffusion de Nouvelle Zélande, Steve Maharey, disait, lors d'une conférence internationale, que son gouvernement a réaffirmé l'importance de la radiotélévision de service public comme outil de développement de l'identité nationale en Nouvelle Zélande. Il ajoutait que les radiodiffuseurs publics continuent d'avoir une place de premier plan en Nouvelle Zélande mais que la façon de remplir leur mandat doit encore être débattue.

Il affirmait que « les principes de la radiotélévision de service public ont été réaffirmés et placés au cœur du programme du gouvernement concernant la radiodiffusion. Ces principes sont : l'universalité de l'accès, l'universalité de l'intérêt, les dispositions spéciales pour les minorités, le bien public, un engagement envers l'éducation, l'indépendance et l'autonomie, la concurrence en termes de qualité plutôt que de quantité et un environnement libre et ouvert pour les producteurs audiovisuels. La radiotélévision de service public au XXI^{ème} siècle n'est pas un refuge pour les nostalgiques du passé. Ce n'est pas non plus le lieu où l'on doit proposer une programmation « digne mais ennuyeuse ». Afin d'obtenir le juste mélange, il est important de continuer à alimenter une vive discussion à l'échelle nationale sur la façon dont nous voulons nous voir nous-mêmes et sur la façon d'explorer et de représenter nos aspirations. »

Carole Taylor, la Présidente de CBC/Radio-Canada, croit fermement au rôle de la radiotélévision de service public dans la construction de l'identité nationale et de la conscience nationale. Dans un discours au « Canadian Club » d'Ottawa, (63) elle décrivait son organisme de radiotélévision comme « une plateforme pour les voix canadiennes » qui chantent, jouent, débattent et informent. « Ce sont des voix canadiennes ... des voix qui devraient être entendues et reconnues, non seulement au pays mais dans le monde entier, ... On ne peut pas être une nation forte et indépendante sans savoir intimement et intensément qui nous sommes, ce que sont nos traditions, ce que sont nos valeurs et notre histoire ... et

c'est en cela que repose le rôle de la radiotélévision publique. »

Radio-Canada/CBC offre des services en anglais, en français et dans huit langues aborigènes, la radio et la télévision sur neuf réseaux, trois chaînes spécialisées, un service audio numérique payant de 45 chaînes, un service international de radio à ondes courtes en sept langues et l'Internet. Carole Taylor expliquait qu'en « offrant un service aussi complet, nous devons nous assurer que notre programmation reflète le Canada dans toute sa diversité et sa complexité géographique et culturelle... Pour cela, je crois que nous devons avant tout consolider notre production régionale, mettre l'accent sur les thèmes régionaux et raviver les liens quelque peu négligés avec les régions... nous devons aussi travailler à refléter la diversité culturelle du Canada actuel, non seulement en ondes, mais aussi parmi les employés, les membres de la direction et le Conseil d'administration. »

À Singapour, la « Media Development Authority » (MDA) a créé un plan de productions extérieures de contenu local qui a pour but d'encourager la production de contenus de qualité faits par les télévisions de Singapour pour les Singapouriens. Le « Plan » fournit aux télévisions locales indépendantes l'occasion de produire et de montrer un contenu télévisé original et créatif actuel, pertinent et attrayant pour le public local. Les propositions retenues dans le cadre du plan recevront un financement du MDA et, à titre de seul contributeur, la MDA retiendra tous les droits sur les productions. Le « Plan » prévoit la production d'émissions de qualité qui reflètent et développent l'identité et la culture de Singapour. Les catégories éligibles à une aide sont l'information, les arts et la culture, les fictions, les sports, les émissions pour les enfants et les minorités. Les candidats doivent obtenir, avant de soumettre le projet via la MDA, l'engagement d'un diffuseur local de diffuser l'émission.

Ainsi donc, bâtir des capacités de production sur une base nationale et refléter l'identité culturelle dans la programmation et chez le personnel de production est une recette pour construire l'identité nationale par la radiotélévision de service public.

6.9.1 Construire les archives nationales

Plusieurs radiotélévisions de service public ayant une longue histoire de diffusion d'événements importants et d'enregistrement de musique locale, de danse et d'autres activités culturelles sont un réservoir inestimable de matériel d'archives nationales et mondiales. Avec l'avènement de la technologie numérique, une quantité importante de ce matériel peut être restauré et entreposé de manière moins encombrante et dans des formats plus facilement accessibles. Plusieurs des radiotélévisions de service public parmi les plus riches sont déjà en train de reconstruire leurs archives en utilisant la technologie numérique disponible.

6.9.1.1 NHK (Japon)

Les archives de la NHK créées en février 2003 afin de commémorer le 50^{ième} anniversaire de la télévision au Japon, préservent et gèrent la masse impressionnante d'images et d'enregistrements sonores de la NHK et les utilisent de diverses façons mais principalement pour la diffusion. Depuis le lancement de son service de télévision en 1953, la NHK a diffusé un grand nombre d'émissions sur des événements significatifs, les affaires publiques et la culture à travers le monde. Les archives sont le foyer d'une importante richesse en matériel audiovisuel qui peut être utilisé de plusieurs façons différentes. Une fibre optique relie les archives de la NHK au Centre de diffusion de la NHK, au Musée de la radiodiffusion de la NHK et aux Laboratoires de science et de recherche technique de la NHK permettant un accès direct et complet aux archives depuis ces différents lieux. Un accès à distance est aussi disponible à partir de sept centres régionaux de la NHK et de quelques stations locales. La NHK possédait plus de trois millions d'émissions dans ses archives en mars 2004.

Pour un complément d'information: <http://www.nhk.or.jp>

6.9.1.2 ABC (Australie)

Le diffuseur national australien ABC, possède des documents sur ses activités en radio et en télévision ainsi que sur les concerts produits depuis la fondation de l'organisme en 1932. La plus grande partie du matériel de l'ABC a été mise au catalogue des archives australiennes ; la collection conservée par l'ABC Document Archives consiste en du matériel fréquemment utilisé pour les productions ou pour référence. Les archives contiennent des photographies et des journaux publiés par l'ABC depuis 1932, les compte rendu des réunions des commissions, les rapports annuels, les scénarios des dramatiques radio et d'autres fictions depuis 1936, les émissions de télévision de l'ABC depuis 1956 et les enregistrements audio des concerts de l'ABC depuis 1933. Les archives sont ouvertes aux chercheurs australiens sur rendez-vous cinq jours par semaine. Le site « web » de l'ABC offre aussi la possibilité d'effectuer des recherches d'archives des scénarios des émissions de radio et de télévision et quelques fois le repiquage audio d'émissions importantes remontant environ jusqu'à l'an 2000.

Pour un complément d'information: <http://www.abc.net.au/>

6.9.1.3 BBC (Royaume-Uni)

Couvrant plus de 70 ans, les contenus des archives de la BBC comptent plus de 300,000 heures d'enregistrements incluant une riche collection de matériel sur l'histoire naturelle, la faune, l'information, les lieux, les arts plastiques, la musique, les célébrités, la culture, les arts de la scène et plus encore. En août 2003, le Directeur général de la BBC, Greg Dyke, annonçait un plan en vue d'ouvrir les archives de la BBC au public. Il disait que les archives de la BBC seraient gratuites et disponibles à tout le monde dans la mesure où elles ne seraient pas utilisées à des fins commerciales. Il ajoutait que « jusqu'à maintenant, cette immense ressource est restée verrouillée, inaccessible au public parce qu'il n'y avait pas de mécanisme efficace de

distribution. Mais la révolution numérique change tout cela. Pour la première fois, il y a une façon facile et abordable de rendre ce trésor disponible à tous... il s'agit de trouver comment l'argent du public peut être associé aux technologies numériques pour transformer la vie de chacun. » (64)

Pour un complément d'information: <http://wwwbbc.co.uk/>

6.9.1.4 CBC/SRC (Canada)

Le projet de numérisation des archives de la Société Radio-Canada (CBC/SRC) a été lancé en 1998. Cette première phase, entièrement financée par la SRC/CBC, s'est terminée en mars 2002. Ce travail a permis de restaurer, préserver et répertorier, pour une conservation dans les meilleures conditions possibles et l'usage des générations futures, des centaines de milliers d'heures de l'histoire de la radio et de la télévision – autant au réseau français qu'au réseau anglais de la CBC/SRC. Le projet des archives provient d'un groupe de travail de la CBC/SRC de 1995 sur la conservation et l'utilisation accrue du patrimoine audiovisuel du Canada. Ce groupe de travail a reconnu que, malgré les efforts faits par certains archivistes et bibliothécaires de la CBC/SRC, le temps et la négligence ont eu un effet dévastateur sur le patrimoine de la radiotélévision nationale. De manière plus spécifique, le groupe de travail a prévenu le Conseil d'administration de la CBC/SRC que « l'héritage audiovisuel canadien est en train de disparaître, emportant avec lui les traces de notre culture et de notre société. »

Ainsi donc, le Projet des Archives fut créé avec les trois principaux objectifs suivants :

- > Restaurer et préserver le vaste patrimoine de la radio et de la télévision de la CBC/SRC avant que plusieurs de ces trésors ne disparaissent à jamais.
- > Entreposer et répertorier le matériel de façon à permettre à la CBC/SRC de réaliser son plein potentiel historique et économique.
- > Rendre cet héritage historique et culturel disponible à la population canadienne.

Pour un complément d'information: http://archives.cbc.ca/info/281g_en1.shtml

6.10 RESSOURCES

6.10.1 Publications

- > Blumler, J. G.:(Ed.). *Television and the public interest: Vulnerable values in west European broadcasting*. Londres: Sage,1992.
- > Carnegie Commission on Educational Television: *Public television: A program for action*. New York: Bantam, 1967.
- > De Vreese, C. H: *Election coverage: new directions for public broadcasting—Netherlands and beyond*. *European Journal of Communication*, 2001, Vol 16(2), pp: 155–180.
- > Eashwar, S.: New paths, new roles: *Challenges before the public service broadcaster today*. *Conférence internationale Europe-Asie-Pacifique: Dialogue sur la radiotélévision de service public*, Quezon, Phillipines, 2 décembre 1999.
- > Greenberg, B. S., & Albers, R.: *Production, technological, economic and audience factors in assessing quality in public service television*. *Studies of Broadcasting*, 1991, 27, pp.133–190.
- > Harding, Phillip: *News & Current Affairs: the yardstick for integrity, discourse au Forum mondial des medias électroniques* , 11 décembre 2003, Genève.
- > Kobayashi, A.: *Quality and diversity in the digital age*. Document présenté à la conférence de AMIC/CBA/SCS/NTU sur la radiotélévision de service public: *Prosperer dans un environnement de radiodiffusion diversifié*, Singapour, février 1998.
- > Long, T.: *Do more—with less: Some challenges for the public service broadcaster*. *Media Information Australia*, 1986, 41, pp.21–26.
- > Mano, W.: *Renegotiating tradition on Radio Zimbabwe*. *Media, Culture & Society*, 2004, 26(3), pp.: 315–336.
- > Meier, H. E: *Beyond Coverage: Understanding programming strategies of public broadcasters in competitive environments*, *European Journal of Communications*, 2002, Vol. 18(3), pp. 337–365.
- > Meyer, M.: *Educational programmes on television-deficiencies, support, chances: Contributions à un symposium international*, Munich, 1993.
- > Mytton, G.: *Strategies to address changing audience preferences*. Document présenté à la conference de AMIC/CBA/SCS/NTU sur la radiotélévision de service public : *Prosperer dans un environnement de radiodiffusion diversifié*, Singapour, février 1998
- > Raine, M.: *Informed democracies: Parliamentary broadcasts as a public service; une enquête dans les pays du Commonwealth*. CBA/UNESCO, 2003.
- > Richeri, G.: *Television from service to business: European tendencies and Italian case*. Document présenté à l'International Television Studies Conference, Londres, 1984.
- > Shalabieh, M.: *The Cultural and educational functions of public service broadcasting in the Arab World*. UNESCO, 1995.
- > Takashi, O.: *Disaster reporting & the multi-nature of broadcasting*, NHK, Japon, 2004.
- > UNESCO: *The Cultural and educational functions of public service broadcasting in Western Europe*. *Table ronde internationale sur les fonctions culturelles et éducatives de la radiotélévision de service public*, Paris, 1995.

6.10.2 Websites

- > ABC Australia's Parliamentary Broadcasts: abc.net.au/public/Parliament
- > ABC (Australie) NewsRadio: abc.net.au/newsradio
- > ABC Play School: www.abc.net.au/children/play/home.htm
- > BBC Asian Network: www.bbc.co.uk/asiannetwork/
- > CBA/UNESCO Editorial Guidelines - <http://www.unesco.org/webworld>
- > CBC /Radio Canada: cbc.radio-canada.ca
- > CPB (Etats-Unis): www.cpb.org
- > Doordarshan (Inde): www.ddindia.net
- > Maori TV (Nouvelle Zélande): www.maoritelevision.com/
- > Media Development Authority (Singapour): www.mda.gov.sg
- > NHK (Japon): www.nhk-ed.co.jp
- > RNZ (Nouvelle Zélande): www.radionz.co.nz/
- > SABC (Afrique du Sud): www.sabc.co.za/
- > SBS Radio: www.sbs.com.au/radio

6.10.3 Documents

UNESCO/ CBA enquête sur la radiotélévision parlementaire, 2003, New Delhi—http://portal.unesco.org/ci/en/ev.php-URL_ID=11194&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html



Notes

- (47) Reforming Broadcasting: Towards Editorial Independence in Public Service Radio and Television, déclaration de la Fédération internationale des journalistes, Zagreb, 17 avril 1999.
Tirée du site: <http://www.ifj.org/default.asp?index=290 &Language=EN>.
- (48) Mary Raine, CBA Editorial Guidelines, CBA/UNESCO, 2004.
- (49) Mary Raine, Informed democracies: Parliamentary broadcasts as a public service; une enquête dans les pays du Commonwealth. UNESCO/CBA, 2003
(50) *ibid.*
(51) *ibid.*
(52) *ibid.*
(53) *ibid.*
- (54) BBC Asian network goes digital, Communiqué de presse de la BBC, Londres, 25 octobre 2002.
(55) *ibid.*
- (56) Liisi Keedua. The role of media in the integration of Estonians and Russian speaking minorities, International Policy Fellowship Programme - www.policy.hu/keedus/research.paper.html, 2003.
- (57) TV station to launch children's channel, Agence de nouvelles Xinhua, Pékin, 30 mai 2004.
- (58) Govindaraju, P & Bennerjie, I (1999), A Retrospective View of the Countrywide Classroom in India, Journal of Education Media, Vol 24, No.2, pp 103-116
- (59) The relationship between public broadcasting and distance education, Commission on Public Broadcasting, paper #9, Wisconsin Education Curriculum Board, USA, 1997.
- (60) R. Ito. 40 years of NHK Educational TV: core of public broadcasting - cgi2.nhk.or.jp/bunken/bcri-fr/h07-f1.html, 1999.
- (61) J. Patrick. The role of the ABC in educational radio broadcasting. Australian Journal of Educational Technology, 2(2), 67-73 - www.ascilite.org.au/ajet/ajet2/patrick.html, 1986.
- (62) Public service broadcasting increasingly relevant, Communiqué de presse du Gouvernement de Nouvelle Zélande, 21 novembre 2003 - www.scoop.co.nz/mason/stories/PA0311/S00439.htm,
- (63) Carole Taylor. Public Broadcasting: why bother? Discours devant le Cercle canadien, Ottawa, 22 octobre 2003 - cbc.radio-canada.ca/htmen/speeches/20031022.htm, 2003.
(64) BBC News, 23 août 2003.

7.1 INTRODUCTION

Les grands organismes de radiotélévision de service public universellement accessibles, financés par le public et non commerciaux sont confrontés à plusieurs défis par les mouvements politiques, économiques, commerciaux et technologiques mondiaux. Quelle forme doivent maintenant prendre ces services pour répondre à ces défis ?

Les changements idéologiques survenus après le triomphe du capitalisme sur le socialisme sont, en grande partie, responsables de ces défis lancés à la radiotélévision publique. Par exemple, Mc Chesney (65) affirme que « c'est une conséquence logique de l'adoption, à saveur néo-libérale, partout dans le monde, des valeurs commerciales et de marché en tant que régulateur supérieur des médias – et de tout autre chose. Dans ce sens, l'attaque dirigée contre la radiotélévision de service public est une partie et une parcelle de l'attaque actuelle contre toutes les institutions et les valeurs non commerciales et de service public. » Le renforcement des valeurs commerciales entraîne une défaveur philosophique et politique de l'Etat en tant que fournisseur légitime et efficace de biens et de services à la société.

7.2 LES DEFIS AUX VALEURS DE LA RADIOTELEVISION

DE SERVICE PUBLIC

La critique néo-libérale soutient que les prémisses fondamentales pour la radiotélévision de service public ne sont certainement plus valables dans l'environnement politique et économique mondial contemporain.

- > L'environnement multichaine créé par des possibilités technologiques sans précédent a fait disparaître l'argument voulant que les fréquences radio soient une ressource rare.
- > L'utilisation des ressources publiques (taxes) ne peut plus être justifiée pour fournir un service universel dont profite un segment de moins en moins important de la population.
- > Le marché est le meilleur juge et arbitre de ce que le public veut. Si les radiotélévisions publiques ne peuvent plus produire des émissions que la population veut entendre et regarder en grand nombre, alors elles ne produisent plus un service public.
- > Conséquemment, si les stations commerciales donnent à la population ce qu'elle veut entendre et voir, elles deviennent alors le vrai service public. Les publics, particulièrement les jeunes, s'écartent de la programmation de type service public pour aller vers le divertissement et les autres options commerciales.
- > La radiodiffusion publique d'Etat n'est pas nécessairement une réponse appropriée aux échecs du marché dont les diffuseurs commerciaux sont responsables puisqu'elle peut aussi conduire à un échec du gouvernement.
- > La prétention de la radiotélévision de service public de construire un consensus national est mise au défi par les notions de diversité et de pluralité. L'idéologie dominante de l'Etat a aussi été mise au défi par le rôle naissant de la société civile. Les radiodiffuseurs eux-mêmes « sont plus prudents dans leur prétention de représenter un consensus national et les sociétés sont moins certaines de ce qu'elles veulent. »

7.2.1 Comment répondre à ces défis ?

Alors que ces critiques néo-libérales semblent être pertinentes à première vue, elles sont en fait inappropriées puisqu'elles se réfèrent essentiellement aux radiodiffuseurs d'Etat et non pas aux véritables radiodiffuseurs de service public. De plus, ces arguments peuvent être réfutés pour plusieurs raisons. Pour commencer, la radiodiffusion de service public n'a pas été créée seulement à cause de la rareté des fréquences radio. Depuis l'avènement de la Radiodiffusion, les gouvernements et les populations autour du monde ont été convaincus que le rôle clé de la radiodiffusion devrait être de servir l'intérêt public ainsi que d'informer et d'éduquer les citoyens.

Deuxièmement, il n'est pas juste d'affirmer que les radiotélévisions de service public sont seulement écoutées et regardées par un segment de moins en moins important de la population. Le Royaume-Uni, l'Allemagne et plusieurs autres exemples de radiotélévisions de service public dans le monde prouvent clairement que les radiotélévisions de service public ont le potentiel d'être aussi populaires et respectées que n'importe quel diffuseur commercial dans la mesure où elles ont la volonté de fournir des contenus de grande qualité. Il est en fait ironique de constater que toutes les radiotélévisions de service public dans le monde, qui ont rempli leur vrai mandat de servir l'intérêt public, ont été très populaires et ont connues beaucoup de succès alors que les radiotélévisions d'Etat ont perdu leur crédibilité et leurs cotes d'écoute.

La dernière remarque mais non la moindre, l'argument populiste voulant que de fournir à la population ce qu'elle veut voir et entendre constitue le vrai service public est profondément fallacieux. Dans cette logique, une chaîne présentant 24 heures sur 24 des émissions pornographiques pourrait aussi être considérée comme une télévision de service public. Ce sont généralement des arguments faibles et superficiels formulés contre la radiotélévision de service public qui, jusqu'à un certain point, peuvent s'appliquer aux radiodiffuseurs d'Etat ayant failli dans leur mission. Quand on se réfère à une véritable radiotélévision de service public, ces arguments ne tiennent pas la route.

Dans les pays avec une longue tradition de radiotélévision de service public, indépendante du contrôle politique et connue pour offrir des informations véridiques et impartiales, tels que le Royaume-Uni et l'Allemagne, les systèmes semblent être en sécurité à court et moyen termes.

Là où traditionnellement la radiotélévision de service public n'est pas profondément ancrée, les pressions sont plus fortes. Par exemple, les défis semblent plus exigeants dans plusieurs pays en développement où les radiodiffuseurs d'Etat ont joué le rôle de porte-voix du gouvernement, dans les sociétés émergentes d'Europe de l'Est où les traditions autoritaires persistent ou aux Etats-Unis où la radiotélévision de service public a toujours été en marge du secteur dominant de la radiodiffusion commerciale.

Il n'y a pas eu de réponse uniforme systématique mais il y a certains modèles qui se dessinent dans les actions prises par les différents organismes de radiotélévision de service public en réponse aux défis du sous financement, de la fragmentation des auditoires et de la concurrence commerciale. Ils peuvent être résumé comme suit :

- > Un meilleur contrôle des frais internes incluant des coupures de personnel, une réorganisation et une restructuration ainsi qu'une réduction des coûts de production et de transmission pour réduire les dépenses de fonctionnement.
- > Un marketing agressif des produits et des services et d'autres activités animées de l'esprit d'entreprise pour accroître les revenus.
- > La création de services commerciaux pour fonctionner en parallèle avec les divisions de service public.
- > Le changement de la composition des programmes des chaînes de service public au profit de genres plus commerciaux capables d'attirer de plus larges publics et des revenus de publicité.
- > La formation d'alliances stratégiques avec le secteur de la radiodiffusion commerciale aux niveaux national et international.
- > L'investissement dans les nouvelles technologies d'affaires basées sur le « web ».

Ces réponses ont permis aux radiodiffuseurs de service public dans plusieurs pays de continuer à jouer un rôle significatif dans le secteur de la radiodiffusion. Cependant, les attributions de la radiodiffusion de service public doivent être redéfinies et le secteur doit se repositionner dans le nouvel environnement mondial. Cela exigera aussi de nouvelles pratiques administratives qui pourraient, entre autres choses, permettre aux citoyens et à la société civile de jouer un plus grand rôle.

Commençons avec un bref rappel des justifications économiques pour un financement de la radiodiffusion.

7.3 LES JUSTIFICATIONS ECONOMIQUES

AU FINANCEMENT PUBLIC

Traditionnellement, l'investissement du gouvernement dans la production et la distribution de la radiotélévision de service public a été largement justifié sur la base des bénéfices sociaux et culturels qui reviennent à la société ainsi que de l'enrichissement personnel des publics qui utilisent ces services. En d'autres mots, la radiotélévision de service public « met l'accent sur les téléspectateurs et les auditeurs en tant qu'êtres sociaux, citoyens et électeurs plutôt qu'en tant que consommateurs. » (66)

Un argument théorique s'appuie sur le concept du « bien de grande valeur », quelque chose qui est considérée comme étant intrinsèquement désirable et d'une grande valeur morale et sociale à offrir à la population indépendamment des désirs et des préférences du consommateur lui-même.

Les gouvernements peuvent considérer cela socialement et culturellement désirable que l'offre de la radiotélévision comprenne des choses comme les nouvelles et les affaires publiques, les documentaires, les arts, l'éducation, la santé publique, les choix de style de vie, l'identité culturelle et l'équité entre les sexes. Il peut aussi juger nécessaire d'inclure des règles de « contenu local » en exigeant qu'un certain pourcentage des programmes soit d'origine nationale afin d'équilibrer le contenu étranger. Ce sont des exemples de politiques publiques exigeant la prise en compte de ces « biens immatériels de grande valeur ».

7.4 LES MODELES DE FINANCEMENT

DE LA RADIOTELEVISION PUBLIQUE

Dans de telles circonstances, comment le financement public des services de radiodiffusion se justifie-t-il et quels sont les modèles d'application de tels financements ?

Comme nous l'avons vu dans le premier chapitre, les principales formules de financement de la radiotélévision publique dans le monde sont les subventions directes du gouvernement, la redevance, la publicité et les contributions volontaires. Seulement un petit nombre de systèmes de radiotélévision de service public utilise l'une ou l'autre de ses formules en tant que modèle unique. En fait, la plupart des systèmes utilisent une combinaison de ces quatre formules.

7.4.1 Le financement par les subventions du gouvernement

7.4.1.1 Le modèle de financement australien

Les deux radiodiffuseurs nationaux australiens, l'Australian Broadcasting Corporation (ABC) et le Special Broadcasting Service (SBS) sont financés par une dotation spéciale du parlement. Ces fonds couvrent les coûts de diffusion, de transmission, de développement des services de télévision numérique ainsi que les investissements en capital et pour les programmes d'équité. Pour 2003/2004, les subventions totales du Gouvernement australien s'élevaient à 758,6 millions de dollars australiens, en légère diminution par rapport au 771,3 millions de dollars australiens de l'année précédente. (67)

Tel que mentionné au chapitre 4, la Loi de 1983 sur l'Australian Broadcasting Corporation établit la Charte de la Société qui précise ses fonctions, telles que : fournir des services de radiodiffusion de haut standard, innovateurs et complets, des émissions qui contribuent au sens de l'identité nationale et qui reflètent la diversité culturelle de la communauté australienne ainsi que la diffusion d'émissions de nature éducative.

7.4.2 Le modèle de la redevance

La redevance est probablement la meilleure méthode de financement de la radiotélévision de service public parce qu'elle est largement indépendante des pressions du gouvernement et des pressions commerciales, même si ce sont les gouvernements qui fixent son niveau. Ce modèle montre de façon non équivoque que c'est le public qui paie pour la radiotélévision de service public, non pas le gouvernement. Le financement de cette entité ne fait pas partie de l'examen annuel des dépenses du gouvernement ni de la préparation du budget. De plus, le taux de la redevance n'est pas soumis aux caprices des cycles économiques du pays et, contrairement aux médias qui s'appuient sur les revenus publicitaires, la redevance protège les stations de radiotélévision de service public des pressions commerciales sur le contenu des programmes. Finalement, la redevance procure aux citoyens le sentiment d'être propriétaires des radiotélévisions. Celles-ci sont forcées de se montrer plus responsables envers les citoyens-propriétaires.

Le modèle de la redevance comme unique et principale source de financement est appliqué seulement dans une poignée de pays dont le Royaume-Uni qui utilise la redevance pour financer la BBC, l'Allemagne où elle est utilisée pour financer partiellement les deux radiodiffuseurs d'Etat, l'ARD et la ZDF ainsi qu'au Japon où elle finance la NHK, la radiotélévision nationale de service public.

7.4.2.1 Le Royaume-Uni

Depuis le tout début, la BBC a été financée par une taxe sur les appareils de réception (la redevance) – d’abord les appareils de radio puis, dès 1946, séparément sur les appareils de radio et les appareils de télévision, et depuis 1971, seulement sur les appareils de télévision. Actuellement, 94 pourcent des 25 millions de foyers ou entreprises payent une redevance de £121 par année, générant un revenu de £2,8 milliards en 2003/2004. (68) La redevance de la BBC finance sa radio, ses services « en-ligne » et ses services nationaux de télévision.

Les dispositions actuelles concernant le financement sont précisées dans un accord entre le Secrétaire d’Etat au Patrimoine national et la BBC, daté du 26 janvier 1996. Cet accord reste en vigueur jusqu’à l’expiration de la Charte royale, le 31 décembre 2006, dont le renouvellement est déjà le sujet d’un intense débat public au Royaume-Uni.

Les Britanniques font une distinction nette entre les services nationaux, qui sont financés par la redevance, et les autres services qui peuvent être financés par des moyens commerciaux ou autres. Avec l’émergence d’un environnement de services commerciaux, une dichotomie s’installe entre la BBC, en tant que pur radiodiffuseur de service public, et les organismes commerciaux. On n’est pas surpris d’apprendre qu’il y a eu des débats considérables au Royaume-Uni dans la perspective du renouvellement de la Charte en 2006.

Naturellement, la BBC elle-même défend vaillamment sa cause afin de maintenir la redevance comme un élément essentiel de sa capacité à rester indépendante, à offrir un service universel, à servir « chacun équitablement et à fournir des productions originales et de qualité. » L’un des arguments est que la culture, la société et la démocratie, au Royaume-Uni, bénéficient grandement de l’accès universel des services de radiodiffusion qui façonnent les valeurs publiques.

Le financement par la redevance confère à la BBC une obligation et une responsabilité de traiter chaque personne au Royaume-Uni avec justice et équité en s’assurant qu’elle reçoive des programmes de haute qualité qu’elle apprécie, même si les auditoires ne sont pas toujours considérables. Ce lien direct entre la BBC et le public britannique a influencé le comportement de la BBC ainsi que les émissions qu’elle produit. Parce que les riches et les pauvres, les vieux et les jeunes paient tous la même redevance, la BBC les traite tous sur un même pied. Lord Putman s’exprimait en ces termes : « La redevance reste la formule de financement la plus efficace et la plus équitable qui n’ait jamais été créée pour une structure publique. » (69)

7.4.2.2 L'Allemagne

En Allemagne, où la BBC a servi de modèle de radiotélévision de service public dans la reconstruction du pays après la Deuxième Guerre Mondiale, la redevance est aussi le moyen de financement fondamental bien qu'il y ait d'importantes variations. En Allemagne la politique des médias est définie par les gouvernements des Etats et non pas par le gouvernement central. Il est donc plus difficile d'établir une politique nationale de la radiodiffusion comme au Royaume-Uni. Il y a aussi d'importantes différences dans la relation entre la radiodiffusion publique et la radiodiffusion privée. Par exemple, Le Royaume-Uni a un double système de radiodiffusion commerciale et publique depuis 1955 alors qu'en Allemagne, la concurrence avec les radiodiffuseurs commerciaux a commencé en 1984. D'autre part, ARD et ZDF sont autorisés à diffuser de la publicité commerciale dans leur programmation nationale bien qu'elle soit limitée à 20 minutes par jour avant 20h00.

7.4.2.3 Le Japon

La Nippon Hoso Kyokai (NHK) est le radiodiffuseur de service public national du Japon. Elle est presque entièrement financée par la redevance. À ses tout débuts, dans les années 20, les stations de radio, qui allaient plus tard devenir la base du réseau de la NHK, étaient sous le contrôle direct du gouvernement. La radiodiffusion servait principalement « à promouvoir les politiques du gouvernement et à renforcer l'unité nationale. »

Ce modèle d'idéologie dominante a prévalu jusqu'après la Deuxième guerre mondiale. Avec la reddition japonaise après la guerre, une nouvelle Loi de la Radio fut votée selon laquelle la NHK allait agir comme radiodiffuseur de service public dans le but de « promouvoir le bien-être public » à travers la radiodiffusion nationale. Aujourd'hui, la NHK est un des plus grands organismes de radiodiffusion au monde avec un vaste éventail de radio et de réseaux terrestres ou de transmission par satellite.

La procédure afin d'établir le niveau de la redevance commence quand la direction de la NHK fait une proposition au Parlement basée sur une projection de ses dépenses. Dans son budget, la NHK propose un niveau de redevance aligné au coût estimé de ses plans d'opération annuels. Les deux Chambres du Parlement étudient le budget et décident de l'accepter ou de le rejeter. Le taux de redevance de la NHK pour l'année à venir est ainsi établi par le Parlement si et quand il approuve le budget des revenus et des dépenses de la NHK.

Malgré le rôle de supervision du Parlement sur ses finances, la NHK est perçue comme étant politiquement indépendante. « Elle n'accepte aucun investissement, publicité ou assistance financière du gouvernement ou de quelque organisme commercial ou d'autre nature. »

La NHK a une large base de téléspectateurs qui paient la redevance pour soutenir les opérations de service public. Au milieu des années 90, la NHK avait 13,000 employés pour quatre

chaînes de télévision et trois services de radio, financés par une redevance payées par 34,6 millions de foyers possédant un appareil de télévision et 5,7 millions de foyers équipés de récepteurs numériques. Par comparaison, à la même époque, la BBC avec ses deux chaînes de télévision, ses cinq services de radio comptait 25,000 employés et un nombre moins important de foyers qui s'acquittaient de la redevance, 22 millions. La redevance annuelle était toutefois comparable entre les deux : environ 150 dollars des Etats-Unis par foyer.

Le modèle de la redevance n'a pas connu un succès uniforme partout. Une des raisons est que le taux de cette redevance est perçue comme étant une taxe régressive en ce qu'elle représente pour les pauvres une proportion très élevées du revenu. Ainsi, les opposants à la redevance soutiennent qu'un moyen plus équitable de financer la radiotélévision de service public serait par l'impôt sur le revenu, une taxe généralement progressive basée sur les revenus. D'où le fait que les gouvernements, particulièrement dans les pays pauvres ou les pays en développement, ne veulent pas risquer d'essayer la colère des contribuables en se faisant l'avocat d'un système qui pourrait être politiquement impopulaire.

Le fait que, dans la plupart des cas, les sommes perçues ont été insuffisantes pour financer adéquatement les services de radiodiffusion, pose un autre problème. Le taux de la redevance a été fixé à un niveau politiquement acceptable mais pratiquement inadéquat. Dans ces cas, la redevance est habituellement complétée par la publicité et par d'autres sources de revenus. Dans quelques autres cas, la redevance a été abandonnée.

7.4.3 Modèle de financement hybride

Dans le groupe des nations du Commonwealth, constitué des anciennes colonies britanniques, la plupart des systèmes de radiodiffusion ont été modelés sur la BBC, bien qu'il n'y ait pas de copie exacte. Les différents systèmes ont été adaptés au contexte local.

Presque partout dans le sud de l'Asie, la radiotélévision publique est financée en partie par la redevance, les exceptions étant l'Inde et le Népal. L'Inde a aboli la redevance en 1985. L'idée de rétablir la redevance en Inde a été soulevée par un comité spécial en 1996, mais elle n'a toutefois pas trouvé de place dans le programme politique parce que le « gouvernement craint que cela devienne un embarras politique. » (70)

Une autre intéressante combinaison hybride est le « modèle de financement par concours », (71) selon lequel l'argent public est attribué, à partir d'un fonds central pour les radiodiffuseurs (ou directement aux producteurs) via un processus de soumission concurrentiel pour soutenir une programmation prenant en compte les valeurs de service public. Ce modèle est en place en Nouvelle Zélande depuis 1989. Quelques-uns de ces modèles hybrides sont expliqués ci-dessous.

7.4.3.1 L'Inde

Le comité d'examen de Prasar Bharati a considéré plusieurs options pour le financement de la radiotélévision de service public en Inde, mais il a rejeté l'idée d'une redevance qu'il trouvait difficile à mettre en place et coûteux à administrer. Le comité en est arrivé à la conclusion que le succès ou l'échec d'un modèle pourrait dépendre des traditions et des valeurs nationales d'un pays et des occasions disponibles sur le marché des médias.

Le comité disait aussi que le fait de dépendre uniquement des subventions du Gouvernement va à l'encontre du principe de base voulant que Prasar Bharati doive garder une distance raisonnable du Gouvernement. Il recommandait d'explorer les tentatives faites par d'autres pays afin de neutraliser les influences directes du gouvernement grâce à un mécanisme institutionnel approprié (des statuts), une structure organisationnelle ainsi que des usages et des traditions saines. Alors que les revenus de la publicité et de la commandite pourraient avoir un effet désirable sur l'utilisation des ressources publiques, ils peuvent, d'autre part, mettre en cause l'utilité d'un radiodiffuseur public. Et ceci parce que le radiodiffuseur public pourrait ne pas être en position de corriger les insuffisances du marché en fournissant un genre de programmation nécessaire à la société. Le financement complet d'un radiodiffuseur public par des revenus de publicité et de commandite ne fut donc pas recommandé. Le financement complet à travers un système de télévision payante n'était pas non plus la solution parce qu'elle va à l'encontre de la philosophie de base d'un radiodiffuseur public dans une économie en développement et qu'il a l'obligation de fournir son service de base à tous sans tenir compte de la capacité du téléspectateur à payer pour ce service. Le comité ajoutait toutefois que la télévision payante pouvait être une option à considérer pour certaines productions de qualité qui pourraient, par exemple, être vendues par Prasar Bharati à des chaînes spécialisées qui s'adressent aux couches supérieures du marché ou à des services de nouveaux médias comme « Direct to Home » sur Internet.

Ainsi, pour un grand pays comme l'Inde, avec sa programmation locale parfois à saveur internationale, le comité était d'avis qu'un système hybride de financement pouvait être développé pour inclure les subventions du gouvernement, les revenus des ventes d'émissions sur la scène internationale, l'utilisation des nouveaux médias, la location de ses installations à des maisons de production extérieures, la location de ses installations de transmission par satellite (telles que les services DTH) à des radiodiffuseurs privés ainsi que d'autres revenus provenant d'une meilleure commercialisation de leurs services et de leurs émissions de type service public.

7.4.3.2 Le Canada

Au Canada, selon la Loi sur la Radiodiffusion canadienne, toute diffusion est considérée comme « un service public essentiel au maintien et au renforcement de l'identité nationale et de la souveraineté culturelle » (Article 3). Ainsi, la radiodiffusion est un système intégré de composantes publiques, privées et communautaires avec la Canadian Broadcasting Corporation (CBC-Radio-Canada) au centre du système public. En réalité le système canadien est un « système hybride » de public et de privé.

La Loi de 1991 déclare que la radiodiffusion devrait être « de façon prédominante et distinctement canadienne », qu'elle reflète le caractère multiculturel et multiracial du Canada mais qu'elle doit aussi « contribuer à une conscience et une identité nationales partagées. »

Quand la Société fut créée en 1936, la redevance fut utilisée pour la financer, mais il est rapidement devenu évident que ce système ne pourrait pas supporter la mission de service public de la CBC/SRC « même s'il était appuyé par des revenus publicitaires. En fait, depuis le début, le coût élevé de la télévision a conduit à la création du système des « affiliés » par lequel les sociétés privées étaient autorisées à posséder et à faire fonctionner des stations qui avaient pour vocation de transmettre le signal de CBC/SRC » (72)

La redevance fut abolie dans les années 50 et remplacée par une subvention annuelle du Parlement. Ce système est toujours en place malgré les efforts de la Société afin d'obtenir un financement pluriannuel qui serait plus sûr et qui faciliterait la gestion budgétaire. La subvention est complétée par les revenus publicitaires. En 1992, les revenus publicitaires de la télévision de CBC/SRC ont atteint un sommet de 309 millions de dollars canadiens, soit environ 22 pourcent du budget total.

Entre autres choses, « Canadien'neté » a toujours été synonyme de quotas de contenu canadien qui furent établis à 60 pourcent en 1970 et qui continuent de s'accroître. Le contenu canadien sur le réseau anglais de Radio-Canada (CBC) est de 85 pourcent en heure de grande écoute. (73)

7.4.3.3 L'Afrique du Sud

L'Afrique du Sud post-apartheid est un modèle intéressant d'un pays avec une politique officielle d'utilisation de la radiotélévision publique comme partie intégrante du processus de transformation. Les trois secteurs de diffusion – public, privé et communautaire – ont l'obligation légale de promouvoir la diversité et de maintenir les niveaux de contenu local.

Dans le cadre du processus de développement des institutions démocratiques, l'Afrique a délibérément observé les modèles démocratiques occidentaux et elle a fait des progrès

significatifs en 10 ans, depuis 1994, bien que des problèmes importants subsistent étant donné les différentes traditions politiques et le niveau de développement.

La SABC, la principale radiotélévision de service public, est financée par une combinaison de publicité, de redevance, de commandite et de revenus d'investissement. Au cours de l'année financière 1993/1994, la SABC a réalisé 74 pourcent de son revenu total annuel principalement grâce à la publicité ; la redevance représentait 20 pourcent et les autres revenus, 6 pourcent. Il n'y avait pas de financement ou de subventions directs de l'Etat et la Société réalisait un surplus de R106, 2 millions et générait un surplus de la marge brut de financement de R77,8 millions pour l'année.

Mais avec une concurrence plus féroce de la part des médias privés depuis la démocratisation, il y a plus de dix ans, la SABC dispose de moins de revenus publicitaires et elle est confrontée à plusieurs obstacles dans la réalisation de son mandat de service public dans la nouvelle Afrique du Sud.

Le Parti communiste d'Afrique du Sud, dans une proposition au comité de la SABC chargé de préparer l'ébauche des lignes directrices éditoriales en 2003 affirmait que le défi auquel est confronté le radiodiffuseur public est d'amener dans le domaine public toutes les communautés marginalisées durant la période de l'apartheid. Ce défi exige une correction significative et en profondeur des phénomènes d'exclusion et de marginalisation, de certains groupes et de certains intérêts, d'un accès garanti à la SABC en tant que diffuseurs public.

Donc, la transformation complète du radiodiffuseur public afin qu'il reflète la diversité de la population et les besoins de la société démocratique est une tâche critique pour la SABC. À cela s'ajoute la question centrale de savoir comment la SABC rendra ses objectifs, ses politiques et ses pratiques conformes aux objectifs de développement du pays tels qu'ils sont inscrits dans la Constitution et dans le Programme de reconstruction et de développement (RDP) sans devenir un radiodiffuseur d'Etat. Ainsi, le SACP soutient que les buts et les objectifs de la SABC doivent être responsables et en conformité avec la vision, les buts, les objectifs, les principes et les valeurs constitutionnels et de développement inscrits dans le RDP qui ne sont pas les mêmes que ceux d'un contrôle de l'Etat sur le radiodiffuseur public.

7.4.3.4 La Nouvelle Zélande : La Loi de 1989 sur la Radiodiffusion a séparé la radio et la télévision de la Broadcasting Corporation of New Zealand (BCNZ), conduisant à la création de la TVNZ – une entreprise d'Etat qui doit fonctionner comme une entreprise commerciale visant une rentabilité maximum et dont les profits doivent être retournés au Trésor public. Dès lors, la TVNZ n'a jamais plus reçu les recettes de la redevance. Elle s'est

déchargée de ses responsabilités explicites de fournir une programmation traitant de questions sociales de type service public. Une nouvelle structure, la Commission de la Radiodiffusion, appelée plus tard « New Zealand On Air » (NZOA), fut formée pour recevoir la redevance. Dans le cadre de ces réformes, un modèle de « financement par concours » fut créé par lequel n'importe quel radiodiffuseur ou producteur indépendant peut faire une soumission pour obtenir un financement de la NZOA pour des productions destinées à servir les objectifs sociaux de la radiotélévision de service public et qui ne pourraient pas être financés de façon commerciale. La redevance fut abolie en 1999, mais la NZOA continue d'être financée par une taxe générale et elle est administrée par un Conseil d'administration de six membres nommés par le gouvernement pour un mandat de trois ans. Ils se rencontrent à tous les trois mois pour prendre les décisions concernant les financements. Les producteurs qui soumettent une demande de financement à la NZOA doivent déjà avoir un accord de diffusion d'une télévision.

En 2003, le Gouvernement travailliste nouvellement élu, qui a été très critique de la forte orientation commerciale de la TVNZ, a introduit la Loi sur la TVNZ qui ramène le télédiffuseur national (qui représente environ 95 pourcent du marché) vers un mandat clair de télévision de service public. La TVNZ est maintenant chargée de remplir ses objectifs sociaux de télédiffuseur de service public, tel qu'inscrit dans la Charte, tout en maintenant sa performance commerciale de télévision la plus populaire du pays. En 2003 et 2004, la TVNZ a reçu une modeste subvention directe du gouvernement pour appuyer les obligations de sa Charte, pour compléter ses revenus commerciaux et le financement de la NZOA. La NZOA concentre ses financements sur quatre secteurs – les émissions dramatiques (incluant les comédies), les documentaires, les émissions pour les enfants et la programmation pour les minorités – et elle ne finance habituellement pas les émissions sportives et les émissions de divertissement qui sont destinées à être commercialement rentables ainsi que les émissions d'information afin d'éviter les ingérences politiques dans ces émissions par le parti au pouvoir. La NZOA est aussi responsable du financement de deux stations de radio publique, de services publics de musique et d'autres secteurs liés à la diffusion comme les services d'archivages. Ce financement n'est pas accordé sur la base d'un concours. Le gouvernement finance la nouvelle télévision Maori (voir chapitre 6) par une subvention directe plutôt que via la NZOA.

7.4.4 Financement d'un réseau de maisons de production

Le financement d'un réseau de maisons de production d'émissions qui forme une télévision publique ou un réseau de télévision de service public est un modèle qui vaut d'être considéré. Cela peut aussi permettre aux secteurs fragiles de la radio et de la télévision communautaire de se grouper en réseau de radiotélévision de service public.

7.4.4.1 Les Pays-bas

Les Pays-bas, par exemple, ont un système unique de financement des programmes locaux qui offre à une société diversifiée la liberté de produire des émissions pour la radiotélévision de service public qui, avec la Loi sur les Médias, sauvegarde l'indépendance du système de radiotélévision de service public au niveau du financement.

Les Pays-bas ont trois chaînes de télévision nationale et cinq stations de radio nationale. Ce qui fait le caractère unique de la radiotélévision de service public néerlandaise c'est que ce n'est pas un organisme unique (comme la BBC) mais plutôt un rassemblement d'individus, d'indépendants et d'organismes de radiodiffusion basés sur le membership et représentant une diversité de mouvements sociaux et religieux.

Les organismes basés sur les adhérents, connus sous le nom de « A-associations », ayant un minimum de 400,000 membres reçoivent des subsides du gouvernement pour produire des émissions de radio et de télévision pour diffusion sur les services de radiotélévision publique. Le nombre de membres détermine le temps d'antenne qui leur est accordé et qui représente environ 735 heures de télévision et 3000 heures de radio par « A-association » par année. Pour produire toutes ces heures de radio et de télévision, une « A-association » reçoit une subvention de quelque 50 millions du ministère des Affaires culturelles.

Collectivement, le système de radiotélévision publique comprend 30 organismes indépendants. Ces entités sont regroupées sous la Nederlandse Omroep Stichting (NOS) en tant qu'organisation chapeautant les organismes de radiotélévision publique. Ces principales responsabilités sont de coordonner les programmes et les conditions de diffusion et de protéger les intérêts communs des organismes de diffusion. En plus, la NOS fournit une large proportion des actualités et des émissions sportives.

Jusqu'à l'an 2000, le système aux Pays-Bas était financé par les revenus publicitaires (fluctuants) de la STER (la Fondation néerlandaise de publicité Radio et télévision) et la redevance, dont le taux était fixé par la loi et payé par tous les foyers possédant un appareil radio ou un poste de télévision. La redevance fut éliminée en janvier 2000 et remplacée par une subvention indexée à la radiodiffusion nationale et versée par le trésor public. Ainsi le service de radiodiffusion est maintenant financé directement par l'impôt sur le revenu. Un foyer moyen paie actuellement un tarif annuel, à travers le système des impôts, qui représente environ 98 pour la radio et la télévision nationales et régionales.

7.5 REPOSITIONNER LA RADIOTELEVISION PUBLIQUE

Les questions fondamentales auxquelles est confrontée la radiotélévision de service public depuis les quelque 20 dernières années – la concurrence des marchés, la légitimité de la mission, la crédibilité et la fiabilité de l'information, les incertitudes financières et la migration des publics – exigent un repositionnement en profondeur si le système veut s'attaquer aux défis actuels avec succès. Dans le débat sur l'avenir, il est généralement admis que le modèle monopolistique de la radiodiffusion d'Etat est disparu pour toujours ; la question porte sur son remplacement.

Le but ultime de ce débat est d'avoir un secteur de service public comme composante dominante du système de radiotélévision et de médias. « D'où le fait que la bataille pour la radiotélévision de service public ne peut pas éviter une confrontation directe et un conflit avec les sociétés géantes de médias qui existent déjà. Notre but doit être de les briser en plus petites unités et d'encourager le succès des syndicats de travailleurs des médias afin de contrebalancer l'impact des grandes sociétés. Les radiodiffuseurs privés doivent aussi être contraints à maintenir de hauts standards de service public. Par exemple, il n'y a pas de raison pour que de la publicité soient diffusées dans les émissions pour les enfants et les émissions d'information. » (74)

D'autre part, Jakubowicz (75) identifie les arguments des opposants à la radiotélévision de service public selon trois modèles :

- a) Le modèle du « retrait » (attrition) qui laisserait les radiodiffuseurs de service public en dehors des possibilités offertes par la technologie numérique et l'Internet en réservant ce futur émergent au seul secteur commercial.
- b) Le modèle du « service public distribué » selon lequel la programmation de service public peut être fournie par n'importe quel diffuseur (commercial) mandaté ou financé par le législateur pour le faire.
- c) Le modèle « monastique » où la radiotélévision de service public s'installe dans un créneau très limité, une chaîne complémentaire offrant des services qu'un diffuseur commercial ne peut pas offrir de façon rentable ; le radiodiffuseur public ne serait donc pas en concurrence avec le secteur commercial.

7.6 LES MODELES DE FINANCEMENT DU FUTUR

7.6.1 Redistribution des ressources de la radiotélévision

Un nouveau régime de financement peut être créé sur la base d'une répartition mieux appropriée des richesses et des ressources générées par le système de radiodiffusion dans sa totalité, complété par des subsides publics et de la publicité stratégiquement ciblée.

Une taxe peut être perçue sur les abonnements à des services de distribution de télévision. Les revenus pourraient être consacrés à la programmation de service public. En Jamaïque, par exemple, les opérateurs de câble doivent payer cinq pourcent de leur revenu brut sous forme de redevance.

Les diffuseurs commerciaux pourraient aussi contribuer un petit pourcentage de leur revenu brut à un fonds de développement de programmes selon des termes et conditions spécifiques. Ceci peut être géré comme un plan de crédit renouvelable que les producteurs devraient rembourser avec les recettes de leur production. Les sommes ne devraient pas être versées dans les revenus généraux du gouvernement et devraient être utilisées strictement pour la création d'émissions.

7.6.2 Les Fonds de développement de la production

Un fonds de développement de la production a été utilisé efficacement aux Pays-Bas et au Canada. Le Fonds pour la promotion de la radiodiffusion culturelle a été créé en Hollande en 1988 pour encourager la programmation culturelle de grande qualité. Ce fonds, qui est financé par les revenus publicitaires, contribue aux coûts relativement élevés des productions radio et télévision.

Afin d'augmenter le contenu canadien à la télévision privée, le « Fonds de développement des programmes télévisés » a été créé pour fournir aux compagnies de production privées et aux producteurs indépendants le financement destiné à la production de contenus canadiens autant pour CBC/SRC que pour les réseaux privés. Depuis la fin des années 90, le fonds a injecté environ 140 millions de dollars par année dans la production.

L'Inde a aussi créé un plan de financement de contenu de programmes de service public via le « Public Service Broadcasting Trust » (mentionné au chapitre 2).

7.6.3 Un modèle s'appuyant sur l'exportation

Il y a deux aspects à ce modèle. Le premier aspect implique la production d'émissions ayant un potentiel international et qui peuvent être vendues sur d'autres marchés. Le deuxième consiste à produire des émissions destinées aux ressortissants du pays vivant à l'étranger qui sont de plus en plus capable de développer des chaînes locales.

7.6.4 L'exploitation des ressources

Plusieurs diffuseurs traditionnels bénéficient d'investissements substantiels dans les infrastructures de diffusion qui font d'eux les seuls diffuseurs terrestres nationaux ayant la capacité de rejoindre l'ensemble du public. Ces atouts peuvent être utilisés efficacement pour générer des revenus.

Cela peut et doit être vu comme un actif, une ressource nationale plutôt que d'être mis à la disposition des opérateurs privés qui seraient obligés de produire des émissions de service public dont les valeurs seraient garanties par un législateur indépendant et bien pensant, qui s'assurera aussi de la conformité de ces productions aux normes de qualité.

Les ressources et la technologie du principal radiodiffuseur peuvent être utilisées pour créer ou pour soutenir d'autres radiodiffuseurs de service public qui peuvent cibler des marchés spécifiques. C'est la seule réponse sensée au défi de la fragmentation du public.

La BBC, par exemple, a proposé, dans l'intérêt de la pluralité de la programmation de service public, de soutenir d'autres radiotélévisions de service public au Royaume-Uni – notamment Channel 4 et Channel 5 pour alléger le fardeau financier du passage de l'analogique au numérique.

7.7 CONCLUSION

La radiotélévision de service public et la radiodiffusion d'Etat ont été, d'une manière ou d'une autre, les systèmes dominants dans la plupart des pays du monde, les exceptions remarquables étant les Etats-Unis et une partie de l'Amérique Latine. Ce système est maintenant confronté à de sérieux défis, le plus sérieux étant peut-être les pressions politiques, technologiques et commerciales contre le financement public.

L'échec du marché, un des arguments économiques pour la radiotélévision publique, peut aussi être son propre talon d'Achille. Puisque la radiodiffusion est un bien public, « il y a peu de justifications au financement public de biens de grandes valeurs s'ils ne sont « consommés » que par un petit nombre. » (76)

Dans un avenir prévisible, trouver le financement deviendra une perspective de plus en plus exigeante et difficile pour la radiotélévision de service public. Il y a donc une menace inhérente à cette situation qui pèse sur son indépendance dans cet environnement économique.

Toutefois, la menace peut être minimisée grâce à une démarche en trois volets :

- a) Le maintien d'un certain niveau de financement public.
- b) Une dépendance minimale à la publicité tout en essayant de maximiser les autres possibilités de revenus commerciaux ou d'affaires.
- c) L'adoption d'un nouveau système d'administration qui donne aux téléspectateurs plus de contrôle, une participation à des structures de contrôle externes et un mot à dire sur les ressources accordées à la production des émissions.

Il serait ironique que les technologies de radiodiffusion, qui permettent l'accès à un nombre croissant de chaînes, contribuent à une réduction de l'éventail de la programmation disponible. Ces nouvelles technologies, si elles sont stratégiquement exploitées, pourraient nous faire entrer dans un nouvel âge de radiotélévision de service public numérique.

7.8 RESSOURCES

7.8.1 Documents

La Commission clarifie l'application des règles d'aide de l'Etat à la radiotélévision de service public (17 octobre 2001). Tiré du site de la Commission Européenne le 19 août 2004 : <http://europa.eu.int/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/01/1429&format=HTML&aged=0&language=EN&guiLanguage=en>

7.8.2 Publications

- > Asia-Pacific Institute for Broadcasting Development. *Public service broadcasting in South Asia: Legal, financial and administrative issues.* Kuala Lumpur, Malaisie, 2000: Asia-Pacific Institute for Broadcasting Development.
- > Crawley, W. *Public service broadcasting: Sustainability in the new media order.* Document présenté au Séminaire de l'AMIC sur la prolifération des medias: Comment les radiodiffuseurs peuvent-ils le mieux servir l'intérêt public ? New Delhi, avril 1999.
- > Gunasekera, D.: *Financial & administrative aspects of public service broadcasting.* Document présenté à la réunion de l'AIBD FES SBA sur les aspects légaux, financiers et administratifs de la radiotélévision de service public, Singapour, juin 2000.

- > Jakubowicz, K.: *End Game?: Contracts, audits, and the future of public service broadcasting. The Public Javnost, 2003, 10(3), 45–62.*
- > Kini, S.: *Financial & administrative aspects of public service broadcasting. Document présenté à la réunion de l'AIBD/FES/SBA sur les aspects légaux, financiers et administratifs de la radiotélévision de service public, Singapour, juin 2000.*
- > Kops, M.: *Financing and sustaining political will to support public service broadcasting. Document présenté à la Conférence Dialogue Europe-Asie-Pacifique sur la radiotélévision de service public, Quezon, novembre 1999.*
- > Kops, M.: *What is PSB and how should it be financed? Document de travail de l'Institute of Broadcast Economics, Cologne, Allemagne, 2001.*
- > Lim, C. H.: *Singapore's approach to public service broadcasting funding. Document présenté à la réunion de l'AIBD/FES/SBA sur les aspects légaux, financiers et administratifs de la radiotélévision de service public, Singapour, juin 2001.*
- > Liu, J. D.: *Living with competition in a multichannel world. Document présenté à la Conférence de l'AMIC/CBA/SCS/NTU sur la radio télévision de service public : Progresser dans un environnement de radiotélévision différent, Singapour, février 1998.*
- > Malakar, T. R.: *Financing & sustaining political will to support public service broadcasting. Document présenté à la Conférence Dialogue Europe-Asie-Pacifique sur la Radiotélévision de service public, Quézon, novembre 1999.*
- > Martin, J.: *Pact seeks 50% BBC quota, 23 avril 2004. Tiré du site : <http://media.guardian.co.uk/bbc/story/0,7521,1201594,00.html>, le 19 août 2004.*
- > National Economic Research Associates. *Public service television: Accountability and finance. London: National Economic Research Associates, 1991.*
- > Rumphorst, W.: *Public financing of public service broadcasting vis-à-vis Article 92 of the European Treaty. Diffusion, Printemps 1997, pp. 44-48.*
- > *The future funding of the BBC: Rapport d'un Comité d'examen indépendant. London: Department for Culture, Media and Sport, 1999.*
- > Tjemstrom, S.: *Theoretical approaches to the management of a public broadcasting media firm. Journal of Media Economics, 2002, 15(4), pp. 241–258.*
- > Ursell, G.: *Turning way of life into a business: An account and critique of the transformation of British television from public service to commercial enterprise. Critical Perspectives on Accounting, 2000, Vol. 11, pp. 741–764.*
- > Zen, C.: *Administrative & financial aspects of public service broadcasting (TVRI experiences). Document présenté à la réunion de l'AIBD/FES/SBA sur les aspects légaux, financiers et administratifs de la radiotélévision de service public, Singapour, juin 2000.*

7.8.3 Sites web.

- > Inde, Public Service Broadcasting Trust (PSBT): <http://www.psbt.org>
- > Singapour, Media Development Authority (MDA): <http://www.mda.gov.sg>
- > Afrique du Sud, South African Broadcasting Corporation: <http://www.sabc.co.za>

Notes

- (65) R. W. McChesney, R.W. The mythology of commercial broadcasting and the contemporary crisis of public broadcasting. Tiré le 30 septembre 2004 du site : <http://www.ratical.org/co-globalize/RMmythCB.html>, 1997.
- (66) A. Brown. Public service broadcasting in four countries: Overview. *The Journal of Media Economics*, 9(1), 77-81, 1996.
- (67) Rapport annuel 2004 de l'ABC.
- (68) Rapport annuel 2004 de la BBC.
- (69) Future of the BBC - Chapitre 7: Paying for BBC services, 107 (nd). Tiré le 1er juin 2005 du site : http://www.bbc.co.uk/thefuture/text/bbc_bpv_chap7.html
- (70) W. Crawley. Public service broadcasting: Sustainability in the new media order. Document présenté au séminaire de l'AMIC sur la multiplication des medias: Comment les radiodiffuseurs peuvent-ils le mieux service l'intérêt public ? New Delhi, avril 1999.
- (71) Helm, Dieter et al (2005), *Can The Market Deliver?: Funding Public Service Television In The Digital Age*, pp 151-169, John Libbey, Royaume-Uni.
- (72) M. Raboy. The world situation of public service broadcasting. *Public service broadcasting in Asia: Surviving in the new information age*. Singapour: AMIC, 1999.
- (73) *ibid*.
- (74) R. W. McChesney, R.W. The mythology of commercial broadcasting and the contemporary crisis of public broadcasting. Tiré le 30 septembre 2004 du site <http://www.ratical.org/co-globalize/RMmythCB.html>, 1997.
- (75) K. Jakobowicz. End Game?: Contracts, audits, and the future of public service broadcasting. *The Public Javnost*, 10(3), 45-62, 2003.
- (76) Collins, R., Finn, A., McFadyen, S., & Hoskins, C. Public Service Broadcasting Beyond 2000: Is There a Future for Public Service Broadcasting? *Canadian Journal of Communication*, 26(1). Tiré le 10 juin 2005 du site : <http://www.cjc-online.ca/viewarticle.php?id=615&layout=html>, 2001.

8.1 INTRODUCTION

Les nouvelles technologies numériques de communication ont rendu la radiodiffusion moins chère, principalement à cause de la diminution des coûts de production et de distribution. Plusieurs voient dans ces technologies le moyen de redonner de la vigueur aux radiodiffuseurs de service public qui existent déjà et d'encourager la création de nouveaux organismes.

La technologie numérique a fait un certain nombre de choses qui ont révolutionné les communications. Elle a :

- > réduit le format et le coût des équipements d'information-communication ;
- > réduit le temps nécessaire pour tourner, monter, compiler, archiver et récupérer les contenus ;
- > rendu possible le stockage, la récupération et la réutilisation d'une plus grande quantité de contenus ;
- > créé de nouvelles formes de distribution et de transmission avec la location, à travers les fournisseurs de services ou directement dans les foyers.

Mais, comme l'affirme Ian McGarrity, le problème de la fracture numérique entre les pays développés et les pays en développement en termes de circulation des nouvelles et de l'information peut être solutionné si :

les équipes de nouvelles locales peuvent profiter des nouveaux outils vidéo numériques ;
on met en place des accès aux satellites internationaux plus faciles et moins chers ;
on adopte une attitude plus sereine à propos des antennes portables étrangères ;
au niveau local, on se préoccupe moins des conséquences de reportages parfois critiques.

En utilisant une technologie audiovisuelle moins dispendieuse, les médias pourraient devenir plus accessibles localement. Puisque les communautés veulent que leur peuple, leurs événements et les questions qui les concernent soient montrés à la télévision dans leurs langues, les stations de télévision locales et communautaires et les centres de ressources des villages peuvent être équipés d'installations numériques de tournage et de montage vidéo. Le radiodiffuseur national de service public peut prévoir des fenêtres de diffusion dans sa grille pour le matériel provenant des états, des provinces, des villes et des villages.

Ainsi, un des défis pour les radiotélévisions de service public à l'heure du numérique est de savoir comment maintenir des hauts standards de programmation et de production de contenus professionnels tout en donnant aux communautés un accès plus important aux ondes grâce à une technologie de production numérique à faibles coûts comme, par exemple, les unités de montage vidéo numériques. Certains pourraient cependant soutenir que ce rôle devrait être laissé aux radiodiffuseurs communautaires qui ne sont pas nécessairement des radiotélévisions de service public.

Les technologies de l'Information et de la Communication (TIC) ouvrent de nouveaux horizons pour construire des sociétés du savoir destinées à tous à travers l'éducation, l'échange et le partage de la connaissance, la promotion de la créativité et le dialogue interculturel. Ils apportent aussi de nouveaux défis à la liberté d'expression qui est une condition essentielle au développement durable, à la démocratie et à la paix.

- Dr. Abdul Waheed Khan, Sous-directeur général pour la Communication et l'Information UNESCO, 2003

8.2 LA RUEE VERS LA RADIODIFFUSION NUMERIQUE

Il y a beaucoup de promesses, et peut-être autant d'embûches, pour les radiotélévisions de service public dans la ruée vers la diffusion numérique. Du côté des promesses, le numérique permettrait aux radiotélévisions de service public d'avoir un certain nombre de chaînes spécialisées à des coûts relativement bas. Mais, d'un autre côté, elles seraient en concurrence, dans un environnement multichaîne, avec les diffuseurs commerciaux qui ont des moyens plus importants pour promouvoir leurs services dans l'ensemble de la communauté.

C'est une chose de pouvoir diffuser à peu de frais, mais c'en est une autre de faire savoir à la population que le service existe, ce qu'il offre et où le trouver.

« L'un des dangers est que dans cette course précipitée pour fonctionner dans le monde moderne, elles (les radiotélévisions de service public) s'épuisent elles-mêmes et se dispersent en recherchant toutes les nouvelles occasions possibles offertes par l'Internet, en lançant des chaînes numériques ou en mettant en service des lignes d'aides – des développements tous aussi fantastiques les uns que les autres, mais tous aussi coûteux, » prévient Elizabeth Smith, Secrétaire général du Commonwealth Broadcasting Association. « Le résultat peut être de priver le territoire national, c'est-à-dire les programmes de la radio et de la télévision nationales, du financement dont ils ont besoin pour maintenir leur qualité, leur caractère distinctif et leur service aux minorités. »

Elle s'adressait tout particulièrement aux radiotélévisions de service public du monde développé. Après avoir dit cela, elle poursuit toutefois en soulignant la contribution majeure des radiotélévisions de service public à la qualité de l'information sur Internet : « Elles sont devenues une source d'information digne de foi alors que la valeur d'une grande partie des informations que l'on retrouve sur Internet reste à prouver. » Et elle note que « le potentiel offert aux minorités par Internet est immense et que c'est le rôle des radiotélévisions de service public de leur fournir, à titre de service public, des informations dignes de foi. Elles ont aussi le droit de ne pas rester en marge de la réalité, où le public a un plus grand choix,

à travers une offre accrue de chaînes numériques spécialisées. »

En novembre 2004, la Fédération Européenne des Journalistes (FEJ) prévenait que les plans en vue de créer au Royaume-Uni des services de télévision numérique auraient pour conséquence de réduire la couverture des nouvelles dans les régions ; ce qui créerait une tendance « désastreuse » en Europe. La FEJ réagissait aux plans de la Ofcom, le régulateur de la radiodiffusion au Royaume-Uni, de retirer l'obligation pour les diffuseurs commerciaux ayant obtenu un nouveau permis de diffusion numérique de fournir des services de nouvelles régionales.

« Il est possible que des centaines d'emplois de journalistes et de radiodiffuseurs soient sacrifiés par une politique qui met en danger le futur des nouvelles pour les régions, » prévient Marc Gruber, le porte parole de la FEJ pour la campagne en faveur de la radiotélévision de service public. « Si cette tendance s'étend à travers l'Europe, nous pourrions assister à la mort de la programmation de nouvelles à une échelle désastreuse. »

ENCADRE 8.2

Dans cette nouvelle ère du numérique, les radiotélévisions de service public acquièrent des outils pour mieux faire leur travail. Pour profiter de ces avantages, elles doivent être disponibles sur toutes les plateformes de distribution importantes. Après tout, la radiotélévision de service public, comme tous les médias, doit suivre son public partout où il cherche du contenu. Les plateformes et les « Guides de programmes électroniques » devraient donner la priorité à la radiotélévision de service public. Celle-ci devrait être capable d'offrir un service public personnalisé sur Internet et servir de « portail » et de guide fiable au nouvel univers de contenus et de services.

- Karol Jakubowicz, Vice président du Comité de direction, Mass Media Council of Europe, 2004

La Grande-Bretagne est le foyer de l'un des plus vastes systèmes de service public en Europe où le radiodiffuseur national est en concurrence avec des radiodiffuseurs terrestres commerciaux qui doivent aussi respecter d'importantes règles de service public.

Le régulateur britannique Ofcom, dans sa « Review of Public Service Broadcasting », publiée en septembre 2004, proposait la mise sur pied d'un nouveau radiodiffuseur de service public, en parallèle avec la BBC, qui agirait plus comme un éditeur. La chaîne proposée n'est pas décrite comme un radiodiffuseur parce qu'elle sera spécifiquement conçue pour l'ère du numérique, quand la programmation sera surtout disponible sur demande plutôt qu'à travers une grille de diffusion rigide. (79)

Elle sera libre de distribuer ses contenus via la télévision numérique, l'Internet, les téléphones mobiles ou directement sur l'enregistreur vidéo numérique du téléspectateur. Ofcom a calculé que la nouvelle station coûterait environ £300 millions par année qui pourraient être financés par l'impôt sur le revenu, une taxe sur les autres radiodiffuseurs ou une augmentation de la redevance de la BBC.

« Afin de rafraîchir la radiotélévision de service public pour l'ère du numérique et pour s'assurer qu'il y ait assez de radiodiffuseurs pour assumer ce service, nous pensons qu'il y a de bons arguments pour la création d'un nouveau service financé par le public – nous avons appelé cela un éditeur de service public (public service publisher PSP) » précisait Ofcom. (80)

Et il ajoutait, « juste au moment où Channel 4 a un financement garanti et une forte ambition de poursuivre une télédiffusion de service public avec de nouvelles idées, un PSP pourrait encourager des ambitions similaires à l'heure du numérique. »

Dans les premières années de cette transition vers le numérique, Ofcom prévoit que la plupart des productions numériques de la chaîne ressembleront probablement aux émissions de la télévision traditionnelle mais qu'elle ne sera pas une chaîne au sens traditionnel ni un éditeur de livres, de magazines ou de journaux.

Ofcom précisait que tous les radiodiffuseurs importants en Grande-Bretagne, incluant les opérateurs privés tels que BskyB, pourront soumettre leur candidature pour le permis du nouveau PSP une fois que les lignes directrices auront été précisées. Les permis seront accordés pour une période initiale de 10 ans.

8.3 LA RADIO ET L'ERE DU NUMERIQUE

Ole Mølgaard de la Danmark Radio (81) fait remarquer que la numérisation de la radio nous a rappelé que la force de la radio est son coût peu élevé et qu'elle peut être présente et utilisée partout. « et c'est exactement ce qui fait de la radio le grand communicateur » affirme-t-il. « Une des caractéristiques que les auditeurs apprécient est la possibilité de choisir, jusqu'à un certain point, quoi écouter, quand l'écouter et où l'écouter. Ainsi une radio n'est plus seulement une radio. »

La numérisation de la radio offre plusieurs opportunités pour l'industrie. Par exemple, Radio Danmark diffuse habituellement environ 40,000 heures par année sur quatre chaînes FM. En 2004, il y a presque 20 chaînes pour un total de 160,000 heures de diffusion. Les auditeurs peuvent recevoir tout cela sur n'importe quel support disponible. Mølgaard fait remarquer que « la numérisation a transformé la radio de système unique de distribution en un médium multisystème utilisant les ondes hertziennes, le satellite, le câble, l'Internet à haut débit, la télévision numérique, les téléphones mobiles et autres appareils sans fil. »

Dans ce contexte, les radiotélévisions de service public doivent essayer d'organiser les formats en fonction des auditeurs et anticiper leur contexte d'écoute. « La numérisation de la radio nous permet d'offrir aux auditeurs, des alternatives, des occasions et des produits auxquels ils n'avaient pas accès, » dit Mölgaard. À l'heure du numérique, c'est le contexte d'écoute qui détermine le format. Par la réutilisation, le reformatage et la distribution numérique, nous pouvons offrir aux auditeurs la radio en plusieurs formats et sur une plus grande variété de supports que jamais auparavant ».

Mais, prévient Malte Lind (82) de Radio Sweden : « Dans la société d'aujourd'hui – cela est vrai au moins en ce qui concerne mon pays – l'aliénation de la population est en progression, le sentiment de solitude. L'isolement est un désastre dans notre société. Quand une société perd son identité et qu'en même temps, la vie moderne tend vers l'individualisme, alors beaucoup de gens sont perdus ... et soudainement, la radio locale est un endroit où vous pouvez trouver un terrain commun ... cela me donne une identité. »

8.4 LA RADIOTELEVISION DE SERVICE PUBLIC ET LA DIFFUSION SUR INTERNET

Aux Pays-Bas, Omroep.nl, le site web représentant les radiodiffuseurs publics néerlandais, prévoit lancer un nouveau lecteur média qui permettra d'offrir des programmes de télévision directement à travers un portail de sites web et à travers ceux des fournisseurs de contenus. (83) Ce lecteur média est un logiciel qui permettra aux usagers d'avoir accès, de naviguer et de lire des fichiers vidéo sur Internet. Il permettra aussi de voir sur demande des émissions de télévision déjà diffusées.

Omroep.nl négocie, en ce moment, avec plusieurs fournisseurs de contenus Internet intéressés à prendre en charge son offre de productions télévisuelles. Le Chef des contenus de Omroep.nl, William Valkenburg, soutient que s'ils peuvent obtenir le matériel des radiodiffuseurs publics néerlandais « sous certaines conditions », il ne devrait pas y avoir de raisons pour que les fournisseurs de services produisent eux-mêmes du matériel vidéo ; ce qui est un processus dispendieux. Une de ces conditions est qu'aucune publicité ne soit placée sur les pages auxquelles les utilisateurs ont accès. Ceci parce que la réglementation néerlandaise rend illégale la collaboration des radiodiffuseurs public à la prise de profits par une tierce partie.

Pendant ce temps, la NOB, la compagnie responsable de fournir les supports techniques de production aux diffuseurs radio et télévision néerlandais, a réussi à adapter la vidéo pour diffusion sur les téléphones mobiles et elle peut maintenant offrir aux utilisateurs de téléphones mobiles des émissions de télévision récentes ou déjà archivées. (84) NOB a développé cette technologie au nom du radiodiffuseur public, Publieke Omroep, qui a été contacté par des opérateurs de téléphonie mobile pour fournir un contenu de divertisse-

ment pour son portail qui n'a, jusqu'à maintenant, pas connu un grand succès.

NOB examine la possibilité de convertir les vieilles émissions de télévision – incluant les vieux bulletins de nouvelles en noir et blanc – dans les archives numérisées de Publieke Omroep accessibles sur Internet, « Uitzending Gemist ». Certains problèmes légaux sont à prévoir dépendamment des émissions et de la teneur des contrats concernant les droits.

8.5 LA RADIOTELEVISION DE SERVICE PUBLIC

« DIRECT TO HOME »

En décembre 2004, le radiodiffuseur public de l'Inde, Doordarshan television (DD), a lancé le premier service satellite DTH (Direct-to-Home) au pays. Le Premier ministre, le Dr Manmohan Singh, a inauguré DD Direct Plus lors d'une cérémonie à New Delhi. Le service inclut 33 chaînes de télévision et 12 chaînes radio.

DD Direct Plus - c'est le nom de ce service - est probablement une expérience unique tentée par une compagnie de médias. Pendant les deux premières années, un abonné n'aura rien à payer sauf un investissement de Rs 2,500 approximativement.

Le service DTH de la DD est d'abord destiné aux endroits où la pénétration du câble et de la télévision hertzienne est faible. On prévoit aussi rendre disponible sur ce service des chaînes de télévision populaires qui n'appartiennent pas à la DD.

Au départ, 19 des chaînes de télévision présentes sur DD Direct Plus seront la propriété de la Doordarshan, mais des chaînes privées seront aussi incluses : Star Utsav, Aaj Tak, BBC World, CNN, Sun TV (Tamil), Kairali (Malayalam), Zee Music et ETC Punjabi. Selon la réglementation de la radiodiffusion en Inde, la DD ne paie, ni ne fait payer, pour inclure ces chaînes privées sur sa plateforme. La DD prévoit accroître le nombre de chaînes de télévision sur sa plateforme jusqu'à 50 à la fin de 2005.

Le Docteur Singh a salué le lancement du service comme un événement qui fera époque dans l'histoire de la Radiodiffusion et des Communications en Inde. Il a ajouté que la révolution numérique donne maintenant la possibilité de rejoindre un grand nombre de personnes socialement et économiquement désavantagées dans le pays.

8.6 « LA DIFFUSION DE PROGRAMMES D'ETUDES »

A L'HEURE DU NUMERIQUE

Un domaine où les radiotélévisions de service public peuvent encore jouer un rôle important, c'est celui de l'éducation, en devenant des « institutions éducatives » (chaînes d'éducation à distance). Les technologies numériques peuvent jouer un rôle important dans ce processus.

La Déclaration universelle de l'UNESCO sur la diversité culturelle, adoptée durant la Conférence générale de l'UNESCO en 2001, lance un appel pour « stimuler la production, la sauvegarde et la diffusion de contenus diversifiés dans les médias et les réseaux mondiaux d'information et, à cette fin, promouvoir le rôle des services publics de radiodiffusion et de télévision dans le développement de productions audiovisuelles de qualité, en particulier en favorisant la mise en place de mécanismes coopératifs susceptibles d'en faciliter la diffusion. »

Cette déclaration de l'UNESCO renvoie aux dimensions éducatives et culturelles de la radiotélévision de service public qui peuvent contribuer à promouvoir l'accès à l'éducation et à la culture, à développer la connaissance et à encourager les interactions parmi les citoyens. Dans cette perspective, l'UNESCO s'est engagée à soutenir et promouvoir « une radiotélévision de service public indépendante ainsi que la conservation des programmes qui sont conçus pour servir les intérêts des personnes en tant que citoyens plutôt que consommateurs, de rejoindre toutes les sections de la population et, de cette façon, contribuer à l'insertion sociale et au renforcement de la société civile. » (85)

Autant dans les pays développés que dans les pays en développement, les radiodiffuseurs nationaux cherchent les moyens de fusionner la radiotélévision de service public et la production de contenus avec le développement et la diffusion de programmes d'études pour les enfants d'âge scolaire ainsi que pour l'éducation des adultes. Dans cette perspective, le mariage de la technologie numérique avec la radiodiffusion conventionnelle offre des possibilités enthousiasmantes.

8.6.1 Le « programme scolaire numérique » de la BBC

En janvier 2003, le gouvernement britannique approuvait la demande de la BBC de créer un « programme scolaire numérique ». Il s'agit d'un service public gratuit qui distribuera – via Internet – de manière interactive du matériel pédagogique qui correspond aux programmes d'études des écoles du Royaume-Uni. Ce matériel pourrait être dans des formats radio (audio) ou télévision (vidéo et CD-ROM). Le projet est évalué à 281 millions de dollars des Etats-Unis de fonds publics pour les cinq prochaines années.

En annonçant l'accord du gouvernement, Tessa Jowell, la ministre de la Culture, des médias et des Sports a exposé dans ses grandes lignes 18 conditions qui, selon elle, rendraient ce service complémentaire plutôt que concurrentiel avec ceux déjà offerts par l'industrie. Ces conditions incluent des questions liées aux standards de qualité, à la diversité régionale, à l'innovation et aux procédures de planification et de compte rendu. De façon plus significative, selon une des exigences, au moins 50 pourcent du financement doivent être consacrés à des services commandés au secteur privé. »(86)

8.6.2 L'Université des ondes en Inde

Dans le nouvel environnement de la radiodiffusion multichaîne, plusieurs radiotélévisions de service public ont été forcées de tirer certains revenus de la publicité ou de la vente de temps d'antenne pour compenser les réductions de financement public. Mais, Karnik (87) prévient que cette stratégie pourrait ne pas fonctionner pour la radiodiffusion éducative spécialement dans les pays en développement où « l'élite économique » pourrait bien ne pas être intéressée à s'abonner aux chaînes éducatives. « Une émission traitant des dernières évolutions dans la pratique des affaires attirera beaucoup plus de revenus publicitaires qu'une émission d'alphabetisation des adultes et cela même si le public de cette dernière était dix fois plus important que celui de la première », dit-il.

Karnik soutient que les technologies numériques et les satellites représentent des menaces aussi bien que des opportunités pour la diffusion de service public éducative et sans but lucratif. L'entente de partenariat entre, d'une part la télévision Doordashan (DD) et All India Radio (AIR) et, d'autre part, l'Indira Gandhi National Open University (IGNOU) en est un exemple.

Gyan Darshan, une chaîne de télévision éducative, fut créée par IGNOU en collaboration avec DD. En profitant de l'ouverture de nouvelles fréquences FM, un réseau de radio éducative, appelé Gyan Vani, fut créé par AIR. Bien que les nouvelles technologies et la libéralisation des lois sur les médias aient créé le contexte favorable à ces radiodiffusions éducatives dans cet environnement multichaîne, ces services pourraient être marginalisés si les téléspectateurs et les auditeurs choisissent plutôt le divertissement.

Opter pour le paiement de frais de distribution aux opérateurs de câble pour assurer l'alimentation garantirait que les chaînes rejoignent bien les foyers (le public), mais il n'y aurait toujours pas de garantie que le public regarderait ou écouterait ces émissions. Ainsi, Karnik affirme que, plutôt que de mettre l'accent sur une stratégie d'« offre et de pression », on doit plutôt donner la priorité à une solution de « demande et d'attraction » qui exigerait un marketing intensif d'abord destiné au public potentiel.

Il soutient aussi qu'on doit porter une plus grande attention aux possibilités de l'Internet comme véhicule potentiel de distribution de la programmation éducative. « Nous n'avons

gratté que la surface de ce qui pourrait être une mine d'or, » fait observer Karnik. Et il ajoute : « Avec sa grande portée, ses coûts comparativement faibles, son immense versatilité et, encore plus important, ses capacités interactives, l'Internet offre des possibilités infinies pour l'éducation. »

8.7 LES RADIODIFFUSEURS PUBLICS

ET LES « ECOLES ELECTRONIQUES »

8.7.1 La salle de classe via la télévision en Thaïlande (88)

Un projet en Thaïlande propose un bon modèle pour une collaboration possible entre les radiotélévisions de service public, les ministères de l'éducation et les écoles en fournissant une éducation de qualité supérieure aux enfants en régions éloignées.

En 1996, le ministère de l'Éducation et la « Fondation pour l'enseignement à distance » se sont lancés dans une collaboration pour commémorer le cinquantième anniversaire de l'accession du Roi au trône. L'école Wang Klaikangwon est une concrétisation de la politique du Roi en faveur d'une éducation continue, de l'autosuffisance, de l'économie ainsi que de l'enseignement moral, qui utilise les technologies de l'information et de la communication appliquées à l'éducation à distance.

En Thaïlande, presque toutes les écoles secondaires sont confrontées à un manque d'enseignants dans des domaines importants comme les langues étrangères, les mathématiques et les sciences. Il y a une énorme disparité entre les enseignants des écoles en zones urbaines et ceux des régions rurales. Les enfants des milieux ruraux, sans accès à l'éducation, sont devenus les victimes du commerce des humains, de la drogue et d'autres formes d'abus et de violence.

L'école Wang Klaikangwon est une école privée dans le district de Hua Hin, à 200 kilomètres au sud de Bangkok. La moitié des enseignants des niveaux primaire et secondaire vient du ministère de l'Éducation. C'est pour cette raison que le ministère de l'Éducation et la « Distance Learning Foundation » ont eu l'idée de transmettre les cours du niveau secondaire de Wang Klaikangwon par le moyen de la diffusion en direct par satellite.

Pour alléger les coûts, c'est une classe normale qui est utilisée comme studio. Chaque classe compte entre 45 et 50 étudiants. Puisque l'école est bien connue dans la région comme une institution de haut niveau, il y a un effet psychologique sur les enfants des écoles éloignées. Ils savent qu'ils bénéficient de la même qualité, du même niveau, des mêmes enseignants et directeurs d'études ainsi que des mêmes périodes d'études que les étudiants à l'école Wang Klaikangwon.

Dans chaque classe, il y a deux caméras, deux appareils de télévision, un projecteur, un télécopieur et un téléphone. Grâce aux quatre lignes téléphoniques, la classe d'une école éloignée ou le responsable qui suit la diffusion des cours d'anglais, de chinois, d'allemand, de français ou de japonais peuvent appeler directement dans l'une ou l'autre des 12 classes/studios pour poser leurs questions ou faire leurs commentaires. La communication interactive est gratuite. Les lignes de téléconférence peuvent connecter jusqu'à quatre écoles en même temps via la station de « Distance Learning Television ». Les professeurs et les étudiants des écoles éloignées peuvent parler au professeur et aux étudiants de l'école-mère ou entre eux. Chaque semestre, la fondation envoie les Manuels des professeurs aux 3000 écoles secondaires en milieu rural. Les écoles peuvent alors préparer les cours à l'avance.

Le projet fonctionne depuis plus de huit ans. Les cours du primaire et du secondaire sont transmis en direct par satellite à travers douze chaînes ; les chaînes d'éducation de base, du niveau 1 au niveau 12. Il y a aussi une chaîne éducative communautaire et une chaîne universitaire en plus d'une chaîne internationale. Ce projet montre l'efficacité de cette éducation à distance sans but lucratif qui utilise une combinaison de diffusion traditionnelle et des canaux de communication modernes. De plus, il propose une solution possible au problème du manque d'enseignants et d'écoles dans les régions rurales.

8.8 LES CHAINES SPECIALISEES

POUR LES ENFANTS ET L'ECOLE

8.8.1 La nouvelle chaîne de télévision numérique pour les enfants de l'ABC

En Australie, la radio et la télévision de l'Australian Broadcasting Corporation (ABC) a fourni des cours complémentaires aux enfants des écoles primaires pendant plusieurs années. Les diffusions en direct ou la présentation de cours sur vidéo ont été largement utilisées dans les écoles australiennes pendant quelque temps. Plusieurs enfants australiens d'âge pré-scolaire ont grandi avec l'émission « Play School » de la télévision de ABC diffusée tous les matins.

L'ABC profite de l'environnement multichaîne, créé par la diffusion numérique, pour lancer, en 2005, une nouvelle chaîne de télévision pour les enfants. Elle a réussi à trouver à grand-peine 2 millions de dollars australiens dans les maigres financements publics pour lancer la chaîne qui présentera non seulement des émissions pour les enfants mais aussi des nouvelles régionales, des émissions d'affaires publiques et des documentaires sur l'art et l'histoire ABC prévoit produire cent heures d'émissions pour les enfants par année, spécialement pour cette chaîne qui sera diffusée de 6h00 à minuit.

8.8.2 L'aide à l'enseignement par la radiotélévision de service public

Aux Etats-Unis, un partenariat entre la Fondation Annenberg et la Corporation for Public Broadcasting (CPB) utilise une combinaison de médias traditionnels et de services de télécommunications pour offrir un appui pédagogique de qualité aux écoles à travers le pays. La chaîne est distribuée gratuitement par satellite aux écoles et aux autres organismes éducatifs et communautaires sur tout le territoire national.

Les émissions sont diffusées de 8h00 à 20h00 et reprises de 20h00 à 8h00. Chaque jour de la semaine est consacré à un sujet du programme d'études comme, par exemple, arts et humanités les dimanches, mathématiques les mardis ou langues et cultures du monde les vendredis.

8.9 REJOINDRE LES TRAVAILLEURS MIGRANTS AVEC LA RADIOTELEVISION DE SERVICE PUBLIC

On estime à environ 75 millions le nombre de travailleurs migrants à l'échelle internationale. Ces travailleurs, avec ou sans famille, vivent et travaillent dans différents pays pour des périodes plus ou moins longues. Plusieurs d'entre eux font parvenir de l'argent dans leur pays pour aider leur famille et ils prévoient retourner un jour dans leur pays. Il est donc important pour eux de garder le contact avec leur patrie non seulement pour être au courant des dernières nouvelles, mais aussi pour connaître les nouvelles tendances culturelles.

Les radiodiffuseurs publics (et commerciaux) des pays où un nombre significatif de leurs citoyens travaillent à l'étranger, comme, par exemple les Philippines, ont étendu leurs services en utilisant Internet et les technologies de communication par satellite pour tenir leurs communautés expatriées informées et à jour sur ce qui se passe dans leur pays.

8.9.1 Les services extérieurs de la radiotélévision de service public aux Philippines

Selon Claro Fernandez, le Secrétaire de presse adjoint du Bureau de Secrétariat de presse des Philippines, (89) le pays s'engage à mondialiser son service de radiodiffusion. « Cet engagement des Philippines est d'abord dû au fait que nous sommes un pays exportateurs de main d'œuvre et qu'une large proportion des 8 millions de Philippins à l'étranger regarde ou écoute les émissions diffusées à partir des Philippines, » explique-t-il. « Ils sont (les travailleurs) très importants pour le pays et c'est pour cette raison que le gouvernement et la bureaucratie essaient de se connecter avec eux et de maintenir la communication. »

Une loi passée le 13 février 2003 permet aux Philippins vivant à l'étranger de participer aux élections dans leur pays. « Quand cette loi a été adoptée, nous savions que le travail de

communication avec les travailleurs philippins à l'étranger pour les informer de ces droits nouvellement acquis ne serait pas facile. Cela implique une campagne d'information et de communication intensive et d'énormes ressources, » note Fernandez. « Cependant, c'est précisément à cause de ce besoin de rejoindre les Philippins à travers le monde que la radio-télévision de service public des Philippines est devenue mondiale. »

Avec les sommes importantes versées au pays par les Philippins à l'étranger – ce qui fait d'eux les plus gros importateurs de devises étrangères du pays – le gouvernement sait que, malgré les distances, les décisions des travailleurs philippins à l'étranger ont un impact sur ce qui arrive au pays et vice versa. En dépit de longues années de travail à l'étranger, les travailleurs philippins sont au courant de ce qui se passe chez eux grâce aux émissions qui leur sont envoyées outre-mer.

Plusieurs des chaînes philippines qui diffusent par satellite ou par Internet vers l'étranger sont des filiales de stations de télévision privées aux Philippines. Mais, grâce à la réglementation locale, les radiotélévisions de service public philippines peuvent utiliser les infrastructures de ces chaînes privées pour diffuser régulièrement un certain nombre d'informations brèves et de messages d'intérêt public. Les compagnies privées obtiennent quelques avantages en échange, habituellement des réductions d'impôts.

Fernandez dit que l'utilisation de secteur privé a été une stratégie réussie. Par exemple, les émissions de la station gouvernementale NBN-4 (National Broadcasting Network) ont été diffusées via NBN World. Environ douze heures de programmes du réseau gouvernemental peuvent être vues sur « Television and Radio Broadcast System of Australia (TABBS) tous les jours. Pour ce qui est de la radio, les principaux réseaux de service public des Philippines peuvent être entendus partout dans le monde via Internet et sur ondes courtes. Ainsi, les Philippins vivant à l'étranger sont constamment informés et mis à jour sur les développements aux Philippines que ce soit dans les domaines de l'information, des affaires publiques ou du divertissement.

8.9.2 Les services extérieurs des Iles Fidj par Internet

Sitiveni Halofaki, (90) Directeur des programmes fidjiens de la Fiji Broadcasting Corporation (FBC) voit le « Wide World Web » à la fois comme un défi et une opportunité pour préserver efficacement « les histoires, les rituels et les légendes qui nous sont propres sur ce puissant médium pendant qu'il continue d'être la porte ouverte à la libre circulation de l'information à travers le monde. »

Après avoir lancé le premier site web en langue fidjienne, www.radiorii.org en Mars 2003, la FBC a reçu plusieurs réactions favorables de plusieurs Fidjiens d'origine vivant en Amérique, en Grande-Bretagne, au Moyen-Orient, en Australie et en Nouvelle Zélande. « Cette réaction

de notre population vivant outre-mer montre le potentiel de ce marché culturel inexploité que nous avons encore à découvrir, » note Halofaki. « Ces réactions montrent aussi les liens qu'ils conservent avec leurs racines et dont nous, en tant que fournisseurs d'information, devons tenir compte dans nos plans actuels. »

Il voit aussi l'Internet comme un bon médium pour permettre à la radiotélévision de service public de partager l'information sur la culture et les pays de chacun d'entre nous. « Pendant des siècles, nos anciens bateaux de bois ont suffi à nos grands-parents dans la région Asie-Pacifique pour les transporter dans le nouveau monde riche en commerce et culture. Aujourd'hui, nous voyageons encore sur des routes semblables, mais dans des directions différentes cette fois vers des nouveaux mondes de liberté et de démocratie, » dit-il. « Nous devons apprendre à mieux communiquer, à exprimer directement les valeurs qui sont à la base de notre programme et à faire le lien avec les préoccupations de l'Asie-Pacifique au sujet de la conservation et de la promotion de notre diversité culturelle. Comme nous entrons dans l'ère de l'Information, nous pouvons nous approprier les avantages qui viennent avec ces technologies révolutionnaires et les utiliser pour éliminer les disparités qui existent dans nos cultures. »

8.10 ACCROITRE LE PUBLIC DES NOUVELLES VIA INTERNET

La présence sur le « web » a aidé à étendre la portée des services de nouvelles et d'information de plusieurs radiotélévisions de service public. Alors que l'étendue du public des services de diffusion hertziens est limitée par la puissance de l'antenne émettrice et de son signal, l'Internet rejoint un public à l'échelle mondiale autant pour la diffusion en direct que pour les bulletins de nouvelles.

8.10.1 Le site web de l'ABC

L'ABC en Australie a un site web polyvalent en langue anglaise qui transporte, non seulement les enregistrements « web » des nouvelles et des autres émissions de télévision, mais aussi la transcription de plusieurs de leurs documentaires et de leurs émissions d'affaires publiques – autant de la radio que de la télévision – ce qui représente un service très utile en tant que source d'information et d'éducation. La BBC a aussi un service similaire et les deux sont accessibles à n'importe qui à travers le monde sans frais d'abonnement.

Bob Johnson, le responsable de New Media Portfolio à la ABC, dit que pour ABC Online, et avec la collaboration de l'unité des nouvelles, il s'agit de poursuivre « la politique de différenciation » qui vise à rendre le site de l'ABC et du service de nouvelles différents des sites commerciaux et à développer un sens de la communauté avec les « surfeurs en ligne » australiens. (91)

Le site de Radio Australia, qui est en anglais et en cinq langues régionales, reçoit en moyenne 200,000 visiteurs par semaine. Bob Johnson dit que c'est toujours un défi pour un diffuseur de concevoir un format pour la présentation des nouvelles sur le web parce que les manchettes et la longueur des articles/reportages peuvent être différents de ceux des émissions diffusées. Il faut aussi se demander quel format utiliser, vidéo ou audio, pour tel ou tel reportage.

Le dynamisme de la consultation « en ligne » qui donne à l'usager la flexibilité de choisir le moment où il utilisera le service de nouvelles et comment il l'utilisera (c'est-à-dire, quels articles lire et les quels ne pas lire) représente un autre défi pour les radiodiffuseurs de services de nouvelles qui ont habituellement des formats et des lignes directrices claires pour la diffusion des bulletins de nouvelles selon le moment de la journée.

« Nous investiguons de plus en plus les moyens nous permettant de développer des contenus qui sont fait spécialement pour le « web ». Nous écrivons, par exemple, plus de sujets directement en ligne » explique Bob Johnson. « Le principal défi dans la couverture des nouvelles provient du besoin de fournir un ensemble intégré des divers éléments multimédia afin de profiter de tous les avantages du médium. »

Bien que la convergence n'arrive pas aussi rapidement qu'on le prévoyait il y a quelques années, des changements importants sont déjà en cours. Arino et Ahlert (92) voient comme un bon exemple l'expansion de la BBC dans les services « en ligne », avec une offre croissante de contenus audiovisuels et radio. La BBC perçoit le « web » non pas comme un dispositif pour faire la promotion de ses chaînes de télévision ou comme un simple service complémentaire mais plutôt comme une partie intégrante de son service public.

Comme les gens passent plus de temps à utiliser le haut débit et les appareils mobiles de média comme sources de divertissement et d'information, il semble tout à fait logique que, à côté des changements technologiques, une information impartiale et de grande qualité puisse être disponible dans une variété de formats et à travers une variété de médias.

8.10.2 La BBC sur le web

Le site « web » de la BBC – bbc.co.uk – offre un service continu de nouvelles en direct disponible 24 heures sur 24. Il contient plus de deux millions de pages « web » et 200,000 clips audio et vidéo. Il offre un service public de ressources à plus de 10 millions d'utilisateurs qui peuvent explorer des sujets d'intérêt et établir un dialogue entre eux et avec la BBC.

Sur le site « web », on pourrait avoir accès et écouter ou regarder cinq différents types de services de radio et télévision tels que la BBC One, BBC Two, BBC Radio 2, Radio 4 et Radio Five Live. Les nouvelles sont aussi disponibles 24 heures par jour sur le site « web » avec des clips audio (radio) et vidéo (télévision) pour compléter le texte.

ENCADRÉ 8.3

La BBC tente de bâtir la popularité de ses services « en ligne » aux Etats-Unis avec une campagne ciblée sur la course pour les élections présidentielles.

Le site « BBCnews.com » apparaîtra parmi un éventail de sites de nouvelles incluant AOL, MSN, International Herald Tribune, Washington Post, Time Magazine, The Economist et The Far Eastern Economic Review. Grâce à un coup de maître, la BBC a réussi à faire accepter à Reuters, pour la première fois, qu'un service de nouvelles extérieur ait accès à sa page d'accueil avec de la promotion des émissions de la BBC et son sigle sur fond d'écran.

Steve Herrmann, le rédacteur en chef de « bbcnews.com » disait « Le marché américain veut dire beaucoup pour nous. Une partie importante de notre public international est installé en Amérique du Nord. »

« Nous suscitons beaucoup d'intérêt et un volume significatif de réactions et de commentaires que nous recevons viennent de la population des Etats-Unis. Plusieurs réagissent aux événements rapportés dans les nouvelles à travers une section interactive « Have Your Say ».

Au cours des dernières années, les sites de la BBC et de Guardian Unlimited ont connu un grand succès aux Etats-Unis avec un nombre impressionnant d'utilisateurs.

Herrmann ajoutait : « Nos utilisateurs aux Etats-Unis ont un fort intérêt pour les nouvelles internationales souvent parce qu'ils ont de la famille à l'étranger ou des relations d'affaires avec d'autres régions du monde. Comme les élections aux Etats-Unis approchent, nous prévoyons que plus de personnes voudront avoir accès à la perspective plus large que nous pouvons fournir. Nous n'avons pas la prétention de remplacer les fournisseurs de nouvelles nationaux mais nous offrons une alternative valable – un regard en profondeur sur les nouvelles du jour dans une perspective plus générale. »

- référence : Mediaweek.co.uk, 22 septembre 2004

8.10.3 Le site web de Radio-Canada (CBC/SRC)

Le site « web » de langue anglaise du radiodiffuseur de service public du Canada, CBC a vu s'accroître sa fréquentation de 200 pourcent au cours des deux dernières années. En janvier 2004, il est devenu le site de nouvelles le plus visité au Canada, attirant 9 millions de visiteurs différents et 25 millions de visites au cours du mois. Plus de la moitié de ces visites concernaient la zone des nouvelles de « CBC.ca », selon ComScore Media Metrix. (93)

Les études de la CBC/SRC ont montré que les usagers veulent d'abord les nouvelles. Les efforts ont donc été concentrés sur la fourniture des nouvelles et moins sur la mise en ligne des émissions de radio et de télévision. Le site offre peu d'émissions en direct à cause des coûts importants que cela suppose. Par contre, les archives audio et vidéo de plusieurs émissions sont accessibles sur demande.

Des recherches intensives aux Etats-Unis, la plupart menées en 2003 par les membres de Online Publishers Association, préviennent les compagnies de média qu'il existe un important public pour les nouvelles « en ligne » composé principalement d'employés qui utilisent les connexions à haute vitesse des bureaux pour visiter le « web » plusieurs fois par jour. La plus importante étude de retraçage continu d'Internet, menée par le Pew Internet and American Life Project, a confirmé que la consultation des services de nouvelles « en ligne » était la troisième activité la plus commune sur le « web » quotidiennement après le courrier électronique et la recherche. (94)

Ainsi, dans cette ère du numérique, les radiotélévisions de service public sont en bonne position pour exploiter leurs forces traditionnelles dans les activités de cueillette de l'information et pour devenir des joueurs importants dans la diffusion sur le « web » et dans l'industrie de l'information.

8.11 LES ARCHIVES NUMERIQUES

La technologie numérique a aussi rendu possible le développement et l'expansion des services d'archivage de certaines radiotélévisions de service public telles que la NHK, la BBC, l'ABC et la CBC/SRC comme nous en avons déjà parlé dans cette publication. En plus de rendre plus facile l'entreposage du matériel d'archive dans un minimum d'espace physique, la mise en ligne numérique rendra possible la distribution de ce matériel à des coûts raisonnables pour le public.

Les archives créatives de la British Broadcasting Corporation, un des projets les plus ambitieux de contenu numérique gratuit jusqu'à maintenant, rendront disponibles au public des milliers de clips audio et vidéo de trois minutes d'émissions sur la nature pour le visionnage, l'échange et le montage non commercial.

«Le projet « Creative archive » est le carburant des esprits créatifs de la nation » disait Paula Le Dieu, co-directrice de l'initiative. « Il permet à la population d'enregistrer ces extraits, de les monter et de les incorporer dans leurs propres œuvres de création. »(95)

Contrairement aux compagnies de disques et à Hollywood, qui essaient de verrouiller l'accès à leur contenu avec l'aide des législateurs, la BBC croit que des conditions d'utilisation plus souples vont générées encore plus d'intérêt pour le contenu qu'elle propose. En fait, dans le cas de la BBC, l'accès aux archives de programmes fait partie de sa charte. Au Royaume-Uni, tous ceux qui possèdent un appareil de télévision doivent payer une redevance à la BBC. Le public devient en quelque sorte propriétaire de sa programmation.

Ainsi, les archives de la BBC ne seront disponibles qu'aux citoyens britanniques qui paient la redevance annuelle pour la télévision. Paule Le Dieu précise que, quiconque essaie de visiter le site avec une adresse électronique étrangère n'y aura pas accès.

Dans cette publication, nous avons concentré notre attention sur toute une gamme de questions couvrant la radiotélévision de service public. Comme nous l'avons souligné à un certain nombre d'occasions, il n'y a pas de modèle ou de paradigme qui pourraient définir une radiotélévision de service public. Plusieurs considérations politiques, sociales, économiques et culturelles jouent un rôle quand nous devons juger des meilleures pratiques en radiotélévision de service public. Comme nous l'avons établi dès le début de ce livre, la radiotélévision de service public « n'est ni commerciale, ni étatique ; la seule raison d'être de la radiodiffusion publique est le service public. » Nous espérons que, par les nombreux exemples de « bonnes pratiques » à travers le monde que nous avons donnés dans ces chapitres, nous vous avons inspiré quelques idées et fourni la motivation pour faire de votre système de radiotélévision publique un vrai service au public.

8.12 RESSOURCES

8.12.1 Publications

- > Abramsky, J.: *Future of digital radio in Europe, 2003*. Tiré du site: http://www.bbc.co.uk/pressoffice/speeches/stories/abramsky_nab.shtml
- > Akhavan-Majid, R.: *Public service broadcasting and the challenge of new technology: A case study of Japan's NHK*. *Gazette, 1992, 50(1), pp.21-36*.
- > BBC, *Building public values: reviewing BBC for a digital world, 2004*. Tiré du site: <http://www.bbc.co.uk/thefuture>.
- > Copper, G.G.: *Future options for public service broadcasting in the context of Digitization. Studies of Broadcasting, 1999, pp. 34, 41-79*.
- > Eun, H., Kang, M., & lee, W.: *A study of the public interest for digital broadcasting services: In the case of terrestrial broadcasting service*. *KBI Report, 2001, 2, pp. 5-10*.

- > Girard, B. (Ed.): *The one to watch: Radio, new ICTs and interactivity*. Rome, Italy: Food and Agriculture Organization of the United Nations, 2003.
- > Goodwin, P.: *Public service broadcasting and new media technology: What the BBC has done and what it should have done*. *The Public Javnost*, 1998, 4(4), pp.59–74.
- > Hijanen, T.: *Public service strategy in digital television: from schedule to content*. *Journal of Media Practice*, Helsinki, 2001.
- > Hills, J, & Michalis, M.: *The Internet: A challenge to public service broadcasting?* *Gazette*, 2000, 62(6), pp. 477–493.
- > Karnik, K.: *Re-engineering educational broadcasting, discours à l’occasion de la première table ronde sur la radiodiffusion éducative*, New Delhi, novembre 2001.
- > Lind, M.: *DAB in Sweden, discours au Forum mondial des médias électroniques*, Genève, 11 et 12 décembre 2003.
- > Malkani, G.: *BBC cuts websites after inquiry attacks*. *Financial Times*, 6 juillet 2004, p.3.
- > Molgaard, O.: *Digital radio in Denmark. Discours au Forum mondial des médias électroniques*, Genève, 11 et 12 décembre 2003.
- > McGarrity, I.: *Digital TV: The reviews, 2004*. Tiré de: http://networkinsight.org/publications/publications_08June04 McGratty.asp
- > Nagaya, T.: *Digital technology and the expansion of market principles: The impact of changing technology on the concepts and nature of public service broadcasting*. *Broadcasting Culture & Research*, 1998, 2, pp.5–10.
- > Nagaya, T.: *The impact of changing technology on public service broadcasting—a Japanese perspective: Digital technology and the expansion of market principles*. *Inter Media*, 1999, 27(1), pp. 27–32.
- > Phillis, R.: *Public service broadcasting in a digital age*. *Media Asia*, 1997, 24(2), pp.79–82.
- > Scharf, A.: *Public service broadcasting in the digital age*. *EBU Yearbook 1999*, pp. 2–3.
- > Smith, Elizabeth: *Promoting PSB in digital age: Principles, best practices and guidelines, discours au Forum mondial des médias électroniques*, Genève, 11 et 12 décembre 2003, Tiré du site: <http://portal.unesco.org/ci/en>
- > Stephens, G. C.: *The impact of digital technology on the broadcasting business. Document présenté à la conférence de l’AMIC/CBA/SCS/NTU sur la radiotélévision de service public : Progresser dans un environnement de radiodiffusion différent*, février 1998.
- > Singapore.Winsbury, R.: *Public service broadcasting: Looking to telecoms for a new vision of itself*. *Inter Media*, 1998, 26(5), pp. 24–27.

Web Links:

- > ABC Australie: www.abc.net.au
- > BBC: www.bbc.co.uk
- > Radio Netherlands: www.rnw.nl
- > South African Broadcasting Corporation: www.sabc.co.za
- > Asia-Pacific Institute for Broadcast Development: www.aibd.org.my
- > CPB Channel (Etats-Unis): www.learner.org/channel
- > Canadian Broadcasting Corporation: www.cbc.ca

Notes

- (77) Cité dans Sucharita Eashwar (ed), Responses to Globalisation and Digital Divide in the Asia-Pacific, AIDB, Kuala Lumpur 2003.
- (78) Elizabeth Smith, Promoting PSB in the Digital Age: principles, best practice and guidelines, discours au Forum mondial des medias électroniques , Genève, 9 au 12 décembre 2003.
- (79) Philippe Naughton, Watchdog proposes rival for BBC in digital age, 30 Sept, Times Online, Royaume-Uni, 2004.
- (80) Cité in ibid.
- (81) Ole Mølgaard, Radio – the great communicator, discourse au Forum mondial des medias électroniques , Genève, 11 décembre 2003.
- (82) Malte Lind, Local Radio gives you identity, discours au Forum mondial des medias électroniques , Genève, 11 décembre 2003.
- (83) Planet News, Dutch public TV to deliver VOD, www.dmeurope.com, 2004.
- (84) Joe Figueiredo, NOB adapts public TV programming for mobiles, 30 juillet 2004, www.dmeurope.com.
- (85) Abdul Waheed Khan, Remarques introductives au Forum mondial des medias électroniques , Genève, 11 et 12 décembre 2003: http://www.wemfmedia.org/documents/speech_khan.
- (86) Jim Ashling , BBC's Online Curriculum, Information Today, Etats-Unis, mars 2003.
- (87) Kiran Karnik, Re-engineering educational broadcasting, discours à la première table-ronde sur la radiodiffusion éducative, New Dehli, novembre 2001.
- (88) 'Khwankeo Vajarodaya, Lifelong Learning via Technology. In Sucharita Eashwar (ed), Responses to Globalisation and Digital Divide in the Asia-Pacific, AIDB, Kuala Lumpur 2003.
- (89) Cité dans Sucharita Eashwar (ed), Responses to Globalisation and Digital Divide in the Asia-Pacific, AIDB, Kuala Lumpur 2003.
- (90) Cité dans ibid.
- (91) Cité dans Madanmohan Rao, Online news profile I: Australian Broadcasting Corporation on the net, Asia-Pacific Internet Handbook, AMIC, Singapour, 2003.
- (92) M. Arino & C. Ahlert, Beyond broadcasting: the digital future of public service broadcasting, Prometheus, Vol 22, No.4, Dec, Royaume-Uni, 2004.
- (93) Cité dans M. Fuerst, We can compete on the Web - www.current.org/web/web0405_fuerst.shtml 2004.
- (94) ibid.
- (95) Kattie Dean, BBC to Open content floodgates, wired news, 16 juin 2004 - <http://www.wired.com/news/culture/0,1284,63857,00.html>.

“L’environnement moderne de la radiodiffusion est caractérisé par une ironie apparente : l’explosion du nombre de canaux de diffusion disponibles aux auditeurs et aux téléspectateurs et, pourtant, le déclin général de la qualité, et même de la diversité, des contenus. Ce contexte offre une justification naturelle, presque une publicité, pour la radiotélévision de service public...”

La radiotélévision de service public reçoit un appui croissant à travers le monde. La publication, commanditée par l’UNESCO, La radiotélévision de service public : Une sélection de bonnes pratiques, apporte une importante contribution à ce mouvement en proposant aux lecteurs une profusion d’exemples de pratiques à succès et de solutions innovatrices aux problèmes auxquels la radiotélévision de service public est confrontée. Il sera une référence particulièrement utile à ceux qui souhaitent apporter une contribution pratique dans ce domaine.”



Toby Mendel Article 19

“Bien qu’il n’y ait pas de modèle unique de radiotélévision de service public, nous croyons tous à des valeurs partagées telles que la transparence, la responsabilité, la qualité, la fiabilité et l’indépendance. La radiotélévision de service public établit aussi les normes en matière de justice au travail, de justice sociale et de protection des journalistes et de tous ceux qui oeuvrent dans l’industrie.

Ces aspects sont essentiels non seulement dans les pays qui luttent pour la création d’authentiques médias publics, mais aussi dans les pays où la radiotélévision de service public existe et où elle est considérée comme un modèle depuis des décennies. La Fédération Internationale des Journalistes fait de cette question une priorité dans ses campagnes de promotion et ses projets dans différentes parties du monde.

Ce guide est une ressource précieuse pour les journalistes, les travailleurs des médias, les acteurs sociaux, les décideurs et les étudiants : tous ceux qui ont besoin d’une information digne de confiance pour leur travail.”



Aidan White

Fédération Internationale des Journalistes

“Voici une magnifique compilation de toute l’information relative à la radiotélévision de service public. Ce guide va du rôle essentiel du service public au savoir faire et à l’importance des lignes directrices en passant par le rôle des groupes de pression, les aspects légaux, la régulation, les normes, le financement et l’avenir de la radiotélévision de service public à l’ère du numérique.

Il est bien documenté, complet, détaillé et, par-dessus tout, il montre l’importance de ce secteur et comment il évolue dans son rôle traditionnel en développant simultanément de nouvelles voies, par exemple en offrant des sites “web” dignes de confiance. Il propose des modèles à succès encourageants pour les organismes qui luttent pour leur survie. C’est un guide de référence essentiel pour tous ceux qui oeuvrent dans le domaine des médias.”



Elizabeth Smith

Commonwealth Broadcasting Association

“Cette sélection de bonnes pratiques sera de la plus grande utilité pour les diffuseurs, pour la société civile, pour les législateurs, les cercles politiques et les autres acteurs qui reconnaissent la contribution essentielle des médias électroniques au développement social et démocratique. Non seulement la radiotélévision de service public n’est pas obsolète au XXI^{ème} siècle, mais il lui reste encore à démontrer son véritable potentiel. La radiotélévision de service public est un outil essentiel mais complexe à développer.

Ce guide de référence explore les moyens et les ressources pour mettre en place une radiotélévision de service public, il rassemble les exemples de pratiques réussies partout dans le monde, il dresse la liste des sites “web” utiles et il indique quelques pièges à éviter. C’est une lecture obligatoire.”



Guillaume Chenevière

Conseil Mondial de la Radiotélévision