

Revitaliser le paysage médiatique pour renforcer la démocratie



51%

51 % des utilisateurs de médias sociaux s'en servent pour s'informer, 10 % les utilisent comme principale source d'information.

Notre diagnostic

Les médias sont omniprésents dans nos vies quotidiennes. La télévision et la radios partagent de plus en plus leur statut de principale source d'information et de divertissement, avec Internet et les médias sociaux. Ceux-ci prennent une place croissante dans les habitudes de consommation médiatique. Ainsi, en

moyenne, nous consommons chaque jour neuf heures de médias, dont plus de quatre heures sur Internet¹, soit plus de la moitié du temps que nous passons éveillés.



Selon une étude menée en 2017 par l'agence IntoTheMinds, 51 % des utilisateurs se servent des médias sociaux pour s'informer, 10 % les utilisent comme principale source d'information. Ainsi, le phénomène des « fake news » inquiète. La multiplicité et l'opacité des sources, les difficultés de recoupement de ces sources d'information, l'impératif du direct et de l'immédiateté, le développement de l'infotainment et du native advertising ainsi que la production de contenus par des internautes n'exerçant pas la profession de journaliste ont considérablement accru la circulation d'informations mal traitées, déformées voire fallacieuses, tant sur les médias sociaux que sur les médias traditionnels.

L'évolution des médias s'accompagne d'enjeux personnels et sociétaux essentiels, en première place desquels figure la protection de la vie privée. L'utilisation, consentie ou non, de nos données personnelles à des fins commerciales, voire à des fins politiques comme l'a montré l'affaire Cambridge Analytica, a pris des proportions qui appellent une régulation forte et crédible.

Les plateformes de streaming musical et vidéo ont également pris une place considérable sur le marché des médias. Netflix, Amazon Prime Video, Apple Music, Spotify, Deezer comptent un nombre sans cesse croissant d'abonnés, notamment en Belgique. L'émergence de ces plateformes convoque les médias traditionnels à réinventer leur modèle d'entreprise et le législateur à prendre des mesures pour promouvoir la culture européenne, les producteurs indépendants et le pluralisme des médias. En effet, certaines de ces plateformes étrangères prennent une place considérable dans la production de films et de séries exclusivement diffusés sur leur plateforme, renforçant une tendance à l'uniformisation culturelle.

Ces différentes évolutions pèsent sur la viabilité économique des médias traditionnels et des plus petits acteurs du paysage médiatique. En outre, elles participent à l'instabilité du marché publicitaire et à la baisse des revenus publicitaires qui en résulte. Internet et singulièrement les médias sociaux permettent grâce aux données personnelles de cibler le consommateur potentiel, ce qui constitue sans aucune doute un avantage compétitif sur les radios et les télévisions. Le modèle broadcast (radiodiffusion à tous sans connaître le destinataire) conserve en revanche un avantage démocratique et une valeur ajoutée en matière de protection de la vie privée.

La réalité économique pousse les acteurs à se regrouper, au détriment du pluralisme et de la diversité culturelle, la multiplication des services relevant davantage de la segmentation commerciale que de l'expression libre des diversités.

1 Sources : Régie Média Belge et Digimedia.be

Notre vision

Nous voulons faire des médias, des vecteurs d'humanisme et de citoyenneté.

La vitalité démocratique qui postule la vitalité des médias et leur capacité à assurer le pluralisme des médias est une des responsabilités fondamentales des pouvoirs publics et une des missions essentielles des régulateurs, singulièrement du Conseil supérieur de l'Audiovisuel (CSA) de la Fédération Wallonie-Bruxelles. Face à la croissance irrésistible des GAFAs et des diverses plateformes de streaming audiovisuel, nous devons soutenir la production en Fédération Wallonie-Bruxelles, notamment dans des partenariats avec d'autres médias européens et francophones qui partagent notre ambition de valoriser notre culture et nos artistes dans ce contexte concurrentiel qui tend à l'américanisation et à l'uniformisation des contenus.

Les médias de service public doivent ainsi être les initiateurs et les pivots de partenariats offrant des contenus innovants, participatifs, alternatifs, francophones et de qualité.

C'est pourquoi, pour le cdH, le RTBF doit se recentrer sur l'essentiel de ses missions de service public, singulièrement sur l'information, la culture et l'éducation. Face à ses concurrents belges et internationaux, la RTBF ne doit pas craindre de réaffirmer son identité et ses particularités de télévisions et de radios publiques. La complémentarité de l'offre doit l'emporter sur la concurrence frontale avec l'offre du secteur privé.

Parmi les missions des acteurs de l'audiovisuel public figure en premier plan celle de l'information, de la culture et de l'éducation. La multiplication et l'ouverture à un large public des canaux d'information entraînent notamment le phénomène des « fakes news ». Il devient ainsi de plus en plus complexe pour le citoyen, comme pour le journaliste d'ailleurs, de vérifier l'exactitude des faits dont il prend connaissance ou qu'il rapporte. Par ailleurs, la masse d'informations disponibles ainsi que les impératifs du direct et de l'immédiateté desservent parfois l'analyse de l'actualité. Dès lors, les médias audiovisuels publics se doivent de demeurer des acteurs fiables et crédibles de l'information. Ils se doivent également de demeurer des incubateurs pour les talents et des vitrines pour les artistes, qu'il s'agisse de musiciens, de chanteurs, d'acteurs, d'auteurs, de réalisateurs, de compositeurs, etc. Renforcer ce rôle d'incubateur de talents et d'espace de diffusion des œuvres et des artistes de la Fédération Wallonie-Bruxelles est certainement une mission essentielle de nos télévisions et de nos radios publiques, au profit de tout le secteur culturel.

Pour le cdH, le paysage des médias doit se décloisonner. Nous devons initier un nouveau modèle de synergies transmédias qui dépasse les clivages concurrentiels au profit d'une offre audiovisuelle francophone compétitive,

hétéroclite et d'excellence. Les télévisions publiques, privées et locales ainsi que les radios publiques, privées et associatives doivent porter ensemble des ambitions audiovisuelles communes pour l'ensemble du secteur.

Nos objectifs

1. **Moderniser le service public de l'audiovisuel**
2. **Décloisonner le paysage audiovisuel au profit du pluralisme**
3. **Renforcer l'éducation aux médias**

Mise en œuvre

1. Moderniser le service public de l'audiovisuel

Les mutations technologiques ont profondément modifié nos modes de consommation audiovisuelle. La RTBF doit ainsi nourrir l'ambition de moderniser l'offre de contenu et de reconquérir les jeunes publics, tout en se recentrant sur ses missions de service public.

La concurrence exacerbée par l'internationalisation du partage de contenu menace les audiences et la viabilité des services audiovisuels plus traditionnels. Il convient ainsi d'anticiper les changements, de s'adapter et d'innover si nous voulons conserver des télévisions et des radios de service public attractifs pour le citoyen, singulièrement pour le jeune public.

Cette ambition pour la RTBF, le cdH l'a porté dans le cadre de l'élaboration du contrat de gestion 2019-2022 et continuera de la défendre pour le contrat de gestion qui lui succèdera.

Concrètement, nous proposons de :

- ↪ Recentrer la RTBF sur l'essentiel de ses missions de service public, l'information, la culture et l'éducation. Pour ce faire, la RTBF devrait consacrer 75 % de son budget total (dotations, subventions complémentaires, recettes commerciales...) à ces missions de service public recentrées ;
- ↪ Réfondre le décret du 14 juillet 1997 portant statut de la Radio-Télévision belge de la Communauté française [RTBF] dans un nouveau décret sur l'audiovisuel de service public, marquant la transformation approfondie du modèle d'entreprise de la RTBF, le décloisonnement du paysage, la complémentarité des offres des médias publics et privés et le développement de synergies opérationnelles ;
- ↪ Réguler davantage les espaces publicitaires de la RTBF, notamment en diminuant la quantité d'espaces publicitaires autour des programmes d'information pendant les heures de grande écoute ; en fixant des balises claires et éthiques pour encadrer la publicité sur les médias non-linéaires ; et en interdisant le recours au native advertising ;

- ↻ Interdire la monétisation des contenus dont la production a été financée par la dotation et garantir la retransmission publique des grands événements sportifs ;
- ↻ Promouvoir les artistes de la FWB et les œuvres en langue française sur l'ensemble des programmes de la RTBF, en particulier en radio par l'application des quotas à tous les nouveaux services et en mettant en place des sous-quotas qui valorisent encore davantage les artistes émergents ;
- ↻ Créer sur l'ensemble des médias de la RTBF des espaces dévolus à la valorisation de la production indépendante, aux partenariats avec la presse et à d'autres contenus tiers ayant une valeur ajoutée en termes de service public ;
- ↻ Soutenir le développement des émissions d'information dans une dynamique d'animation de débats démocratiques contradictoires et d'échanges de points de vue ;
- ↻ Renforcer la couverture journalistique du travail des assemblées parlementaires, notamment des entités fédérées, dans une perspective d'éducation à la citoyenneté ;
- ↻ Renforcer les obligations de la RTBF en termes de journalisme d'investigation, qui permet une prise de recul analytique et constitue un rempart face à l'information événementielle et l'immédiateté ;
- ↻ Augmenter la place réservée aux programmes qui ciblent les enjeux de société importants, dans une logique d'éducation permanente, en rehaussant et en clarifiant les objectifs en termes d'émissions culturelles et éducatives aux heures de grande écoute ;
- ↻ Imposer à la RTBF un cahier de charges pour l'utilisation des données de ses utilisateurs, lequel doit être actualisé régulièrement en stricte concordance avec les législations européennes et belges en matière de protection des données à caractère personnel ;
- ↻ Impartir à la RTBF, l'obligation de concevoir des algorithmes de recommandation qui invitent ses usagers à s'ouvrir à de nouveaux centres d'intérêt et à découvrir prioritairement les contenus relevant de ses missions de service public ;
- ↻ Modifier la composition du Conseil d'administration de la RTBF afin qu'il soit composé paritairement de représentants politiques et de représentants du monde associatif et culturel de la Fédération Wallonie-Bruxelles ;
- ↻ Réformer les télévisions locales et définir positivement les termes et les modalités de leur collaboration avec la RTBF et les autres acteurs du paysage médiatique ;
- ↻ Favoriser les copérations entre la RTBF et les autres chaînes de services publics néerlandophones et germanophones ;

- ↪ Lutter contre les stéréotypes (notamment de genre) et promouvoir la diversité dans les productions, la couverture médiatique, les femmes, les personnes issues de la diversité ... devant apparaître davantage à titre d'experts et ne doivent pas être cantonnés dans des rôles stéréotypés de victimes.

2. Décloisonner le paysage audiovisuel au profit du pluralisme

Face aux contraintes économiques et à la concurrence des plateformes de streaming, les acteurs de l'audiovisuel francophone doivent s'inscrire dans un nouveau modèle de collaboration et de coopération au profit d'un paysage des médias pluraliste et diversifié.

La transposition de la nouvelle directive européenne sur les Services de médias audiovisuels constitue un rendez-vous important pour faire prévaloir une régulation plus efficace et pertinente.

Par les missions qui lui sont confiées, le CSA constitue l'un des garants du pluralisme des médias en Fédération Wallonie-Bruxelles. Il devra user de ces outils pour assurer la diversité de l'offre audiovisuel, en ce compris sur les plateformes de streaming.

Concrètement, nous proposons de :

- ↪ Renforcer les partenariats entre les services publics audiovisuels et les acteurs privés, notamment via des concession de services publics (rendre les éditeurs privés éligibles au financement de missions de service public telles que la production d'émissions d'intérêt général) et la mise en place d'une plateforme commune autonome réunissant et promouvant leurs contenus ;
- ↪ Renforcer les missions et compétences du CSA, notamment vis-à-vis des contenus sur Internet ;
- ↪ Encourager le CSA à procéder régulièrement à l'évaluation du pluralisme structurel des médias en Fédération Wallonie-Bruxelles et à formuler des recommandations en vue de renforcer le pluralisme structurel (dès lors que le CSA a déjà l'obligation de formuler des recommandations pour le pluralisme tous les deux ans) ;
- ↪ Dynamiser le paysage radiophonique et garantir l'équité entre l'ensemble des éditeurs de services sonores (radios) en ouvrant, à terme, les fréquences que la RTBF destine à l'exploitation de services commerciaux (radios avec publicité) dans le cadre des appels d'offres pour le Plan de fréquences (Modèle ABC) ;
- ↪ Rééquilibrer le partage des fréquences (quantitatif et qualitatif) entre les éditeurs de service public et les éditeurs privés ;
- ↪ Reformuler et renforcer les aides à la presse écrite, notamment en les conditionnant au respect des règles de déontologie du CDJ ;

- ↪ Amplifier le rôle confié au fonds du journalisme pour permettre le financement de formats de service public en matière d'information, d'éducation et de culture, accessible à tous les médias, avec un volet spécialement dédié aux projets journalistiques.

3. Renforcer l'éducation aux médias

Le phénomène des « fake news » est inquiétant. Ces dernières années, la circulation de l'information a pris des telles proportions que ses sources deviennent de moins en moins identifiables et vérifiables. À cela s'ajoutent une certaine passivité vis-à-vis de l'information et une méfiance grandissante vis-vis des médias traditionnels.

Les enjeux relatifs à la vie privée sont également une préoccupation fondamentale, notamment sur internet où nous ne nous comprenons pas toujours quelles informations nous consentons à donner et quelles informations nous sont parfois volées, et à quelles fins.

Par ailleurs, les réseaux sociaux peuvent favoriser le harcèlement, la diffusion de propos racistes ou injurieux, la diffusion d'images pornographiques et/ou violentes, la diffamation, etc. Les auteurs de ces propos doivent intégrer qu'ils commettent des délits et les personnes qui les subissent qu'ils sont des victimes. Nous devons sensibiliser et lutter contre ces dérives, avec une attention particulière pour les jeunes publics.

À tous les âges de la vie, l'éducation aux médias paraît dès lors nécessaire à mieux outiller l'ensemble des citoyens à l'utilisation responsable et critique d'Internet et singulièrement des médias sociaux.

Concrètement, nous proposons de :

- ↪ Renforcer l'éducation aux médias de manière transversale dans les programmes scolaires ;
- ↪ Lutter contre le cyberharcèlement, avec le concours des acteurs de l'éducation, des services de police et de la justice ;
- ↪ Accroître la régulation des contenus illicites sur les médias sociaux, les forums et les articles de presse, notamment en incitant les éditeurs de presse à perfectionner les logiciels de modération des contenus sur leur(s) site(s) Internet ;
- ↪ Réunir l'ensemble des éditeurs de presse, de éditeurs de services audiovisuels et des médias sociaux autour de projets visant à lutter contre les « fake news ». Par exemple, créer une application d'information destinée aux jeunes publics en vue de leur assurer une actualité fiable, accessible via les canaux qu'ils privilégient ;
- ↪ Conscientiser l'ensemble des citoyens aux droits et devoirs en matière d'expression publique sur Internet et sur les médias sociaux.