

Débat: contrat de confiance entre la RTBF et les familles?

La radio et plus encore la télévision occupent aujourd'hui une place centrale dans les familles. Présentes dans quasi tous les foyers, elles sont à la fois fenêtres sur le monde, supports de réflexion, moyens de détente et de distraction.

> Philippe Andriane,
Secrétaire général de la Ligue des familles

Elles sont aussi l'image et le son d'une société qui bouge, avec ou malgré les familles; d'un monde où les relations sont souvent moins empreintes de lien social que de tensions et de violences aux formes diverses. Elles sont, pour de

très nombreux enfants, une source d'information quantitativement plus importante que l'école, où certains passent autant de temps que devant la télévision!

Voilà pourquoi les familles ont tant de choses à dire sur le monde audiovisuel. Voilà pourquoi, régulièrement, elles interpellent la Ligue des familles. Tantôt choquées par une publicité, tantôt heurtées par la violence de certaines images projetées à l'heure où de nombreux petits sont encore éveillés; et surtout, soucieuses de trouver, auprès de la radio et de la télévision, un partenaire éducatif de qualité.

Voilà aussi pourquoi la Ligue des familles espérait beaucoup de ce nouveau contrat de gestion, plan d'action de la RTBF - notre RTBF - pour les cinq années qui viennent. L'imparfait est malheureusement de mise. Au moment où ces lignes s'écrivent, ce nouveau pacte entre la RTBF et le Gouvernement de la Communauté française aura peut-être été signé sans qu'aucun changement de

taille, aucun engagement ferme ne vienne répondre aux préoccupations des familles.

La publicité et les enfants

Certains se réjouiront, rappelant qu'on l'a échappé belle: une des principales limites qui protègent nos bambins des assauts publicitaires aurait pu sauter. C'est vrai, on a frôlé l'aberration, l'incompréhensible aux yeux des parents: la ministre de l'Audiovisuel avait annoncé, il y a quelques mois, son intention de revenir sur l'interdiction de diffuser de la publicité cinq minutes avant et cinq minutes après les émissions spécifiquement destinées aux enfants. Certes, cette limite obtenue il y a cinq ans n'était pas la panacée: l'idéal aurait été d'adopter le modèle suédois qui interdit, purement et simplement, la pu-

blicité vers les enfants. Mais bon, c'était déjà un premier pas dans la bonne direction.

La règle est maintenue, mais pas intacte. Le nouveau contrat de gestion précisera que la règle s'applique aux programmes "spécifiquement destinés aux enfants de moins de 12 ans, et identifiés comme tels par la RTBF dans ses grilles de programmes". Quand on connaît le peu d'intérêt de la RTBF à appliquer cette règle et le zèle qu'elle a mis ces dernières années à la contourner, cette "confiance" accordée aux instances dirigeantes de la RTBF n'a rien d'encourageant.

Education aux médias

Dans son audition au Parlement de la Communauté française en février dernier, la Ligue des familles plaidait pour un renforcement du rôle de la RTBF dans l'éducation aux médias. Les mouvements d'éducation permanente jouent un rôle important en la matière. Cela dit, l'ampleur du flot d'informations qui parviennent aux familles sans qu'elles ne disposent plus nécessairement du temps et du recul suffisant, pour les décoder, rend indispensable la contribution du service public audiovisuel, au risque de rendre la tâche des éducateurs en tout genre insurmontable. Le maintien de moments spécifiques d'éducation aux médias s'imposait comme une évidence. Le bilan assez pauvre de la RTBF en la matière plaidait pour que ces émissions prennent dorénavant une forme plus accessible et offrent un contenu plus utile pour les familles.

Là aussi, la ministre de l'Audiovisuel a

choisi de lâcher la bride et de laisser à la RTBF le choix de la périodicité et du contenu de ces émissions. Sous le précédent contrat de gestion, la RTBF était tenue de réaliser au moins une émission de ce type par an; elle en a proposé deux en cinq ans. Combien en diffusera-t-elle maintenant qu'elle n'est plus contrainte par son contrat de gestion? Plus, on espère!

Pour un partenariat éducatif

Par leur omniprésence dans notre quotidien et la diversité de contenus qu'elles offrent, la radio et la télévision sont devenues, aux côtés des nouvelles technologies de l'information, des acteurs fondamentaux de l'éducation.

Souvenons-nous, il n'y a pas si longtemps que cela, ce rôle, fait notamment de transmission de valeurs et de représentation du monde dans lequel on évolue, était assumé essentiellement par les familles; aujourd'hui, celles-ci doivent composer avec de nouveaux acteurs qu'elles maîtrisent difficilement et sur lesquels elles voudraient pouvoir compter, à tout le moins avec lesquels elles voudraient ne pas devoir se battre.

Cela dit, il convient de préciser que les attentes des familles portent, pour la plupart, sur l'ensemble du paysage audiovisuel. Le fait que la RTBF rencontre ces attentes dans la réalisation de son contrat de gestion est un minimum. Leur intégration dans le dispositif décretaal de la Communauté française ou, mieux encore, au niveau européen est l'horizon vers lequel nous devons tendre, groupes de pression et pouvoirs politiques, en toute cohérence au travers des différents lieux de négociation.

Reconnaître son rôle éducatif, direct et indirect, et le placer en tête de ses missions de service public, étaient ainsi des enjeux essentiels du nouveau contrat de gestion de la RTBF. Les négociateurs de ce contrat ont choisi de traduire cette mission de manière transversale à l'ensemble des programmes et contenus audiovisuels. L'étape suivante sera de concrétiser cet engagement. Une piste? Créer un réel partenariat entre la RTBF et les secteurs de l'Education permanente et de la Jeunesse, dans lequel chacun s'appuierait réellement sur le savoir-faire de l'autre pour permettre aux citoyens de mieux appréhender et agir sur leur environnement social, économique, politique et culturel. Voilà les éléments-clés d'un autre contrat de confiance que la RTBF pourrait conclure, mais cette fois avec les familles. ■