

DOSSIER_A QUOI SERT LE SERVICE PUBLIC?

Le SSM s'implique dans le débat

VALÉRIE PERRIN

En juin prochain, le Conseil fédéral va décider de l'adaptation ou non de la redevance radio TV. Le débat autour de la redevance est miné. Outil de démagogie par excellence, il ne manque pas d'être instrumentalisé à des fins politiciennes. En outre, la SSR est une cible facile, ses dirigeants n'ayant guère été capables de défendre sa mission de service public dans le climat néolibéral qui domine depuis plusieurs années.

Malgré ce contexte difficile, le SSM a décidé de mener des actions de lobbying, notamment auprès des élus politiques des cantons romands, pour appuyer la demande de la SSR de disposer des ressources financières nécessaires à la réalisation de son mandat, défini par la Constitution suisse, la Concession et la loi radio TV. Non pas dans un esprit de campagne pro-SSR mais dans le but de défendre la radio télévision de service public, le principe de plus en plus contesté de la solidarité entre les régions linguistiques, et les emplois. Toutes choses que le SSM s'applique à défendre au sein même de la SSR.

Derrière les attaques dont la SSR est l'objet, et que pour une part elle mérite, c'est aussi une certaine idée du service public radio TV qui est aujourd'hui remise en question, dans un mouvement de fond qui touche l'ensemble des services publics, sous des formes diverses. En Suisse alémanique, les détracteurs de la SSR et pourfendeurs du «trop d'Etat» entretiennent auprès du grand public un climat anti-redevance, en passant sous silence la raison d'être de celle-ci, fixée dans le mandat donné à la SSR: fournir un programme complet dans toutes les régions linguistiques, et favoriser la cohésion sociale. L'individualisation croissante des pratiques de consommation des médias, instrumentalisée dans le débat sur la redevance, finit d'achever les valeurs du service public, au point de faire oublier, quoi qu'on en dise, que celui-ci reste le seul véritable garant de la qualité, de l'indépendance et de la diversité.

Si Moritz Leuenberger et le Conseil fédéral cèdent aux pressions en juin 2010,

le cumul de déficits pourrait pousser la SSR à réduire ses programmes et à supprimer davantage d'emplois, comme elle l'a déjà annoncé dans ce qui est apparu comme un chantage. Le syndicat n'acceptera pas un tel scénario comme une fatalité, et mettra sur la table la question de l'utilisation des moyens. A partir du moment où on touche à l'offre de service public, il ne saurait y avoir de tabou: a-t-on besoin d'autant de chefs? A quoi servent-ils? L'écart des salaires entre le personnel et l'encadrement est-il acceptable dans une entreprise soumise à un mandat de service public amenée à réduire son offre?

Plus grave encore, si le déficit s'installe durablement, il faut aussi s'attendre à une remise en cause de la clé de répartition financière entre la région alémanique et les régions minoritaires, accompagnée d'une perte d'emplois et de savoir faire pour ces régions. En effet, il est important de rappeler que le Tessin et la Suisse romande sont largement subventionnés par la région alémanique majoritaire. Cette solidarité inter-régionale est une condition fondamentale de l'existence d'un service public radio TV en Suisse, et doit absolument être préservée.

Parmi les actions qu'il a entreprises, le SSM a fait appel à la solidarité du mouvement syndical, en tant que défenseur du service public. Ainsi, la Communauté genevoise d'action syndicale a voté une résolution dans laquelle elle relève «l'importance d'une entreprise de service public dans un pays constitué de quatre régions linguistiques, elles-mêmes adossées à des pays qui héber-

gent de puissantes entreprises privées opérant sur le marché audiovisuel. La SSR a non seulement pour vocation de garantir la cohésion nationale du pays, mais elle doit assurer la diversité, l'indépendance et la pluralité des programmes dans toutes les régions, en particulier dans le domaine de l'information. Sans volonté politique de maintenir une SSR forte, la population Suisse sera livrée à l'appétit des grands groupes de presse européens, ce qui, à terme, remettra radicalement en question les fondements même de cette confédération multiculturelle.»

Après plusieurs vagues de rationalisations qui pèsent déjà lourdement sur la santé du personnel de la SSR, le SSM s'attend à devoir défendre à la fois les emplois et le maintien d'une radio télévision publique digne de ce nom dans les régions minoritaires. Le syndicat espère pouvoir compter non seulement sur le soutien des élus des régions concernées, mais aussi sur la solidarité des membres du SSM dans toutes les régions. Ce n'est qu'à cette condition que des actions pourront être entreprises efficacement pour obliger la SSR à revoir ses priorités et l'affectation de ses ressources en interne. •

Répartition des moyens entre les régions linguistiques

Région	Population	Moyens SSR
Suisse italienne	4%	23%
Suisse romande	24%	34%
Suisse alémanique	72%	45%

SIGNES: une émission qui dépasse les intérêts particuliers



Impulsions: Janka, à quel public est destinée l'émission dont vous êtes la productrice ?

Janka Kaempfer: Contrairement aux idées reçues, le public de SIGNES dépasse largement le petit cercle des téléspectateurs sourds, voire malentendants. A ses débuts, c'est-à-dire dans les années 80, l'émission – aussi bien par sa forme que son contenu – était destinée exclusivement aux personnes sourdes pratiquant la langue des signes (LSF). Mais ces dernières années, ce programme a beaucoup évolué. Certes, sa première caractéristique demeure linguistique: il est bilingue, langue des signes et français. Mais aujourd'hui, c'est un véritable magazine de société et à ce titre, il n'est plus uniquement regardé par les Sourds et leurs proches. Beaucoup de personnes curieuses de la réalité sociale et sensibles aux différences y trouvent leur compte. Surtout, depuis que l'émission a abandonné le plateau pour passer au reportage, qui peut être tourné aussi bien en Suisse qu'à l'étranger. Le public de SIGNES s'est donc considérablement élargi. Ce qui me paraît logique car les problèmes que rencontrent les Sourds dans le monde d'aujourd'hui ne sont pas différents de ceux auxquels nous sommes tous confrontés: travail, logement, santé, orientation professionnelle et éducation pour les plus jeunes, etc. Simplement, pour les Sourds, les difficultés qu'ils rencontrent dans leur vie quotidienne sont amplifiées à la fois par leur handicap auditif et aussi par le regard négatif que la société porte souvent sur eux, en général par ignorance.

Pour moi, cette émission joue clairement deux rôles, aussi importants l'un que l'autre. D'une part, elle est la seule que

Journaliste, Janka Kaempfer a d'abord travaillé dans la presse écrite. Elle est entrée à la TSR en novembre 1985. Depuis janvier 2004, elle produit l'émission SIGNES pour les sourds et malentendants, emblématique du rôle social de la radio télévision de service public.

les Sourds romands (ainsi que les Sourds français et belges, via internet) peuvent regarder dans leur propre langue. Avec le *TJ* interprété en LSF, elle est leur seul accès aux informations puisque ni la radio (c'est évident), ni les journaux (que la plupart d'entre eux ont de la peine à lire, ce que l'on ne sait pas toujours) ne sont une alternative. D'autre part, cette émission rend les Sourds visibles (leur handicap ne l'est pas) tout en contribuant à les rapprocher de leurs concitoyens.

Cette émission n'est donc pas une émission rentable, au sens où elle serait susceptible de générer des recettes publicitaires importantes ?

JK: En effet, elle ne fait pas partie des émissions qui attirent les publicitaires. Même pas les audioprothésistes, qui nous font croire que l'on peut réparer tout le monde, et se passeraient bien de la langue des signes! En revanche, elle est extrêmement «rentable» du point de vue social. Parce qu'elle répond à un besoin réel d'une partie des téléspectateurs, payeurs de la redevance comme les autres, et parce qu'elle se préoccupe, dans l'esprit du mandat de la SSR, d'une petite minorité linguistique défavorisée qui a, elle aussi, le droit d'être respectée. En plus, ce programme est l'un des facteurs de la cohésion sociale en servant des valeurs qui fondent les bases de notre système politique. La solidarité et l'équité, par exemple.

À priori, une telle émission ne serait donc pas envisageable pour un diffuseur privé soumis uniquement à des critères de rentabilité et de taux d'écoute ?

JK: C'est évident. C'est aussi le cas d'un certain nombre d'autres émissions de la TSR.

Pourquoi selon vous est-il important que le service public finance de telles émissions ?

JK: Justement parce que s'il ne le faisait pas, aucun autre diffuseur ne s'en chargerait et c'est une minorité de nos concitoyens qui serait alors lésée dans ses intérêts. Et aussi, parce que la majorité doit bénéficier de la possibilité d'être informée des réalités autres que la sienne !

Quels sont les retours de la part du public visé ?

Le public sourd l'apprécie énormément et nous le fait savoir. Nous recevons également des réactions très positives de la part des «entendants». Souvent, après la diffusion d'un de nos reportages, on nous demande des adresses de cours de la LSF (c'est une langue qui fascine beaucoup de gens) et aussi les dates des cafés SIGNES organisés en Suisse romande. Nous sommes également régulièrement sollicités par des étudiants qui préparent des mémoires concernant le monde et la culture des Sourds.

Qu'est-ce qui résonne en vous lorsque vous entendez notre directeur, Gilles Marchand, déclarer, lorsqu'il évoque parmi les causes des difficultés financières de la SSR le fait que l'obligation de signage et de sous-titrage pour les Sourds et les malentendants coûtent une véritable fortune¹ ?

En Europe, tous les services publics dignes de ce nom sous-titrent la totalité de leurs programmes (chez nous, on s'approche seulement de 33%). C'est le cas, depuis longtemps – par exemple – de la BBC, des télévisions suédoise, norvégienne, danoise et, plus récemment, des chaînes françaises. Il s'agit là d'une obligation légale que, dans des pays démocratiques, les directions des

chaînes n'auraient pas idée de contester. Maintenant, à supposer que la télévision est dans les chiffres rouges à cause du sous-titrage (ce qui reste à démontrer!), cela signifie que les chiffres noirs des années précédentes étaient rendus possibles par la discrimination d'une partie de la société. Ce n'était donc pas ce que j'appelle une situation saine. • **IMPULSIONS**

¹ Lors d'une séance d'information au personnel le 4 mai, Gilles Marchand détaillait ainsi les charges qui grèvent le budget de la SSR: «(...) En cause, une augmentation des charges qui n'est pas compensée par la redevance, et dont la valeur réelle est restée stable depuis 2000. Les prestations sociales, qui sont supportées par la SSR (exonération de la redevance), ainsi que les obligations dans le domaine des prestations pour les personnes sourdes ou malentendantes, pèsent lourdement sur les revenus.»

Chronique adressée à Gilles Marchand dans l'émission *Médialogues* sur La Première le 6 mai 2009 à propos du projet de convergence TSR-RSR

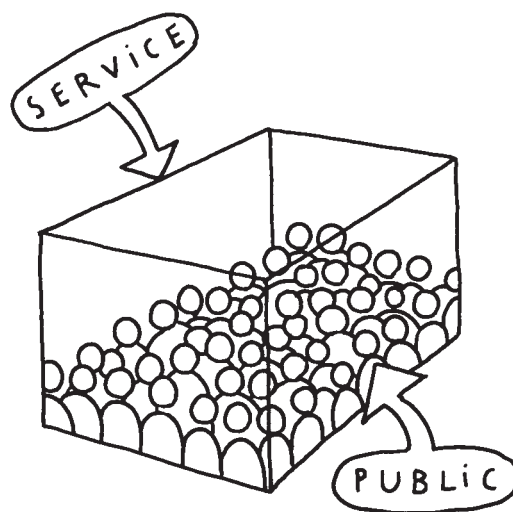
Risquer le recul, la lenteur et la diversité

Dès 2010, Gilles Marchand, vous dirigerez une réunification de la lucarne et du micro puisque les deux médias se sont déjà côtoyés entre 1964 et 1992.

En manager avisé, vous êtes convaincu que cette grande entreprise gagnera en visibilité, en impact et en efficacité. Ce sont vos termes.

Le moyen selon vous de nous positionner face à la concurrence du secteur privé. Comme un stratège, vous nous invitez à gagner de vitesse... à diligenter les réformes, à changer notre panoplie et nos habitudes, bref à nous mobiliser. Mais pour défendre quel service public? Vous avez avec vos collaborateurs réussi à imposer la TSR sur internet et vous poursuivez une politique tous écrans. Très bien, c'est de bonne guerre, guerre économique où l'audience est l'enjeu majeur. Mais est-ce bien le service public qui s'adresse à tous les auditeurs et téléspectateurs potentiels, offre-t-il des programmes où ils se reconnaissent? Si nous voulons rester des médias de référence, crédibles, êtes-vous certain qu'il faille adopter le vocabulaire, les attitudes, le management du secteur privé au risque de converger vers le marché de manière incestueuse... Ou ne faudrait-il pas assurer notre différence sans céder d'un pouce à l'innovation technique, nous servir d'elle sans dévoyer nos valeurs? Quelles sont, Gilles Marchand, les valeurs du service public?

LE SERVICE PUBLIC SELON GILLES MARCHAND



Le service public devra-t-il s'épanouir dans un grand loft high-tech ou radio et télévision fusionneront, les émissions de l'une alimentant les programmes de l'autre ou – plus subtilement, plus publiquement, ne faudrait-il pas risquer la lenteur, le recul, le temps du décalage et du regard juste, le risque des formats longs et non seulement les durées courtes sans que la vitesse qui dicte le calendrier de l'opération UNO n'emporte tout sur son passage?

Bref, le service public élargi, le service public du son, de l'oreille, des yeux et du regard que vous dirigerez demain ne se bonifiera pas dans une seule pièce mais

dans plusieurs chambres aux accents, aux gestes et aux savoir-faire différenciés. Notre public y tient, les politiciens y tiennent et les femmes et hommes de radio et de télévision que nous sommes tiennent chaque jour à illustrer cette diversité des espèces médiatiques avec ces divergences indispensables dans un biotope en pleine évolution.

Vous m'avez sans doute compris, du moins je l'espère, Gilles Marchand, la vitesse du stratège n'est pas gage d'une victoire de ses troupes.

Elle ne garantit pas davantage que le service public se battra demain pour un bien inestimable: la cohésion des réalités multiples qui enrichissent la Suisse romande, près ou loin du Léman. De l'autre côté de l'Atlantique, la diplomatie américaine a compris que les visées multilatérales donneraient de l'oxygène à la planète.

A l'échelle beaucoup plus modeste de la Suisse romande, le service public du son et de l'image saura-t-il rester multiculturel? • **CHRISTIAN CIOCCA**

Service public à géométrie variable

Le 30 septembre 2009, le journal La Liberté donnait un traitement contradictoire à deux sujets liés au service public.

Sous le titre «Des journaux étranglés par La Poste», le premier article traitait des majorations de prix décidées par La Poste dans le cadre de l'aide à la presse¹ et plus loin, le second, de la mise au concours d'un «mendiant en chef» à la SSR pour succéder à Armin Walpen. La conclusion du commentaire sur le premier thème était à saluer: «La presse ne tend pas la sébile. Elle demande juste à La Poste de respecter ce qu'elle appelle sa «vision», elle qui se targue de «contribuer à la prospérité générale tout en assumant ses responsabilités sociales». Cette préoccupation légitime n'a pas semblé effleurer le journaliste qui traitait, dans la même édition, de la succession d'Armin Walpen à la tête de la SSR. La cible semblait claire: s'attaquer à la SSR et à sa tendance dispenseuse. La critique en soi ne choque pas. Elle éludait pourtant le débat de fond nécessaire sur le service public de radio télévision, en réduisant la diversité des programmes des 18 stations radio, 8 chaînes télévisées et plusieurs canaux multimédia à un «monstre bureaucratique, et ne discutait même pas les objectifs d'un tel «monstre».

Cette attaque est hélas caractéristique du vieux corporatisme de la presse écrite dressée contre le service public dont la SSR a reçu mandat par une concession, posture renforcée par les difficultés économiques rencontrées par cette même presse. C'est comme si la masse critique de la SSR ne pouvait que rétrécir comme peau de chagrin pour être crédible. Est-ce à dire, selon des options néolibérales, qu'un service public n'aurait le droit de survivre qu'au sein d'un climat concurrentiel? Exactement, ce que déplorait l'auteur

du premier article intitulé «les journaux étranglés par La Poste». C'est au nom du principe de rentabilité que La Poste revoyait à la hausse ses tarifs. Et c'est au contrario au nom du bien commun que La Liberté s'y est opposée, en soulignant que la «vision» de La Poste l'oblige à ne pas négliger son mandat de service public. Un journal peut-il plaider pour l'aide étatique quand cela l'arrange et abandonner la radio télévision de service public, la SSR, au biotope libéral? Oui, il faut dire haut et fort que la presse écrite et ses dérivés (internet) sont consubstantiels à la pluralité démocratique. Mais non, on ne peut pas réduire la question d'une succession aux rengaines paresseuses sur les médias de service public, qui restent, quoi qu'on en pense, un ferment indépendant que la démocratie suisse s'est donné en 1931.

Ce qui doit tous nous alerter aujourd'hui n'est pas tant de découvrir le nom du futur patron de la SSR ni de savoir à quel sérail il appartient mais de s'interroger sur la pertinence des programmes dans une société minée par une crise majeure. Les choix qui nous attendent rendent indispensables une information non seulement critique mais approfondie, des magazines non seulement divertissants mais interpellants. Cela, la presse écrite ne peut pas seule le garantir, elle qui ne résiste pas autant qu'il serait souhaitable aux pressions économiques. • **CHRISTIAN CIOCCA**

¹ En vertu de l'article 15 de la loi sur la Poste, les journaux et périodiques en abonnement, et en particulier la presse régionale et locale, bénéficient de tarifs de transport préférentiels, selon les critères suivants: fréquence de parution, poids, tirage, format et importance de la partie rédactionnelle. L'aide est indirecte, la Confédération indemnisant les coûts non couverts de La Poste à raison de 100 millions de francs par an.

impulsions

Adresse de la rédaction:
Secrétariat SSM
Chemin de Champ-Rond 41
1010 Lausanne
Tél. et fax: 021 653 31 79
ssm@worldcom.ch

Editeur responsable
et coordination:
Valérie Perrin

Ont participé à ce numéro:
Christian Ciocca, Janka Kaempfer,
Willy Knöpfel, Valérie Perrin,
Mireille Senn.

Graphisme: Lisa Schwarb
Illustrations: Aloys
Photo: Janka Kaempfer
Impression: imprimerie GraphStyle,
Lausanne
Tirage: 2'000 exemplaires
Parution: trimestrielle



Syndicat suisse des mass media

SSM national:
www.ssm-site.ch

Contacts:

Groupe SSM TV Genève
Case postale 81
1211 Genève
Tél.: 022 328 72 38
Fax: 022 781 43 62
ssmge@worldcom.ch

Groupe SSM Radio Lausanne:
Chemin de Champ-Rond 41
1010 Lausanne
Tél. et fax: 021 653 31 79
ssm@worldcom.ch

Secrétariat central SSM:
Birmensdorferstrasse 65
8004 Zurich
Tél.: 044 202 77 51
Fax: 044 202 79 48
info@ssm-site.ch

CALENDRIER

**Parution du prochain
numéro: automne 2010**
Délai de rédaction:
30 septembre 2010

Si vous souhaitez participer à la rédaction du journal, ou réagir à un article que vous avez lu, adressez-vous à Valérie Perrin au secrétariat du SSM: ssm@worldcom.ch ou tél. 021 653 31 79

Le Syndicat suisse des mass media (SSM) est le syndicat des salariés travaillant dans les médias électroniques (radio, télévision, entreprises de production audio-visuelle, internet). Il compte environ 3500 membres dans toute la Suisse et fait partie de l'Union syndicale suisse.