

**Colloque International du  
Groupe de Recherches et d'Études sur la Radio (GRER)**

**16, 17 et 18 novembre 2017 – Bordeaux ( France )**

***La radio au service du public***

***Enjeux, statuts, missions et programmes***

**APPEL À COMMUNICATION**

---

Le concept de service public est ancien. Historiquement sa création est liée à la construction des États sous les monarchies d'anciens régimes.

De manière générale, il repose sur certains principes fondamentaux, tels :

- L'égalité d'accès aux services garantis (pour la radio : la réception, mais qui pourrait aussi se comprendre comme un droit à l'expression) ;
- Les notions de gratuité ou de coûts modiques ou raisonnables ;
- Une finalité non commerciale des services en question (en tout cas supposant a minima que leur rentabilité ne puisse constituer leur justification).

À ceci s'ajoute :

- La notion de continuité dans l'espace et dans le temps au nom de l'unité et de l'égalité de tous (ce qui suppose, dans le cas de la radio, une continuité de diffusion sur l'ensemble d'un territoire) ;
- Les principes de mutabilité ou d'adaptation constante aux besoins des destinataires, pour mieux les servir ;
- Les principes discutés de neutralité ou d'équité, et plus encore, dans certains pays, de laïcité, devant garantir l'égalité de traitement à tous en respectant leur liberté de conscience et la liberté d'opinion ;
- Souvent, la propriété publique des structures ou, à défaut, leur contrôle public et, de manière substantielle, leur financement ;
- Fréquemment aussi, au concept de service public médiatique, tant sur le plan juridique que sur celui des représentations, se rattachent des missions d'éducation, d'information, de distraction, auxquelles peut s'ajouter une fonction d'aide aux populations, ou à la personne.
- Éventuellement, enfin, la gestion démocratique de ces services avec la participation des professionnels des radios, des intervenants et, éventuellement, celles des auditeurs.

Ainsi la notion de « radio au service du public » et les **enjeux** qui lui sont liés, réfèrent à différentes dimensions. Il peut s'agir d'un **statut** spécifique ; de **missions** qui sont confiées au média ou bien que l'on est en droit d'en attendre ; de **programmes** particuliers qualifiés comme tels en raison de leurs intentions, de leurs destinations, de leurs effets.

## **STATUTS**

Institutionnellement, le statut de service public radiophonique plonge ses racines dans l'histoire de la communication moderne. Des services postaux royaux au télégraphe, les principes et applications communicationnelles ont connu des déclinaisons diverses jusqu'aux médias électroniques, dont la radio. Originellement, la radio britannique (la BBC de 1927) a servi d'exemple de « radio de service public » pour nombre de pays qui refusaient le modèle entrepreneurial états-unien basé sur la seule initiative privée. Adopté avant ou après la Seconde guerre mondiale, souvent justifié en référence à cette dernière, ce statut a été mis en œuvre et adapté par de nombreux pays qui ont en eux-mêmes inspiré d'autres (notamment lors des décolonisations ou dans des logiques de blocs). Mais, souvent associé à la notion de monopole, ce modèle a trouvé ses limites dans l'appropriation étatique et une mise au service des gouvernements ou de régimes. Radiodiffusion publique et radiodiffusion d'État pouvant alors se confondre.

Diversement dérégulées à la fin du XX<sup>ème</sup> siècle, les institutions de services publics radiophoniques n'ont pas disparu lors de la suppression des monopoles et continuent, avec des fortunes diverses, d'occuper une place face à la concurrence privée dans nombre de paysages médiatiques. Pour autant, après avoir été incontestées, leurs légitimités ne le sont plus. Parfois assimilées à une fonction publique jugée anachronique, ces institutions radiophoniques sont toutefois attaquées au nom de la rationalité ou d'idéologies économiques qui visent l'hégémonie, ici comme ailleurs.

Radicalement, la suppression de programmes, de chaînes de service public (Canada, Grèce, Europe de l'Est...), en particulier les services internationaux, l'annulation de modes de diffusion (les Ondes longues de Radio France), la difficulté à mettre en place des services de cette nature dans des régions où ils n'existaient pas ou peu (Amérique latine) sont des manifestations du repli des services publics de radiodiffusion, de leur difficulté à exister ou bien des menaces qui pèsent sur eux.

**Le colloque du GRER souhaite poser les questions de la pertinence, de la légitimité et, par-là, de la pérennité des structures institutionnalisées des services publics radiophoniques. Ces problématiques et ces enjeux pourront être abordés en partant de leurs histoires, de leurs réalités présentes et en interrogeant leurs possibles futurs.**

## **MISSIONS**

Les notions de service public et de services rendus aux publics ne résident pas toute entières dans des considérations de structures, de statuts ou d'institutions. Elles correspondent à des intentions et des constats d'efficience qui, dès lors, peuvent être revendiqués par d'autres secteurs radiophoniques : le tiers secteur de la radio et le secteur commercial. L'État lui-même, la puissance publique, pouvant déléguer à d'autres qu'eux-mêmes des missions de service public.

On peut penser que la logique intrinsèque d'audience des radios privées suppose fondamentalement la satisfaction des attentes des auditeurs, tant dans le divertissement que l'information et, même, l'éducation ou la culture. Les acteurs privés eux-mêmes avancent souvent l'argument de leur contribution au pluralisme médiatique pour justifier leur existence au service des sociétés.

La logique d'expression des radios associatives (parfois aussi appelées « communautaires ») pose le bien fondé de services, à buts non lucratifs, devant permettre à tous un accès à la parole médiatisée, souvent sur la base de secteurs spécifiques de populations (groupes sociaux ou culturels, territoires particuliers).

**Ces missions attribuées, proclamées, convoquées pourront être interrogées. Les communications proposées pourront viser les dispositifs d'assignation (les cahiers des charges, conventions, engagements souscrits). Les déclarations d'intentions et proclamations se revendiquant de la notion de service public pourront être évaluées du point de vue de discours auto légitimant et promotionnels dans des situations de concurrence. La question de leur effectivité pourra être aussi être mesurée au prisme du réel.**

## **PROGRAMMES**

C'est à travers les programmes que se matérialisent les missions et les intentions des stations. Sous cet angle, les programmes révèlent de fait la façon dont chaque média considère les services aux publics. En fin de compte, même si tous les programmes peuvent être considérés comme étant autant de services rendus aux auditeurs, habituellement ceux que l'on retient comme appartenant à la catégorie service sont : l'information, l'éducation, la culture, le conseil, la libre antenne, les émissions pour l'enfance et la jeunesse... On remarque souvent que certains types de programmes (documentaires, fictions, créations radiophoniques), se retrouvent essentiellement sur les seules radios de service public au sens institutionnel, leurs cahiers des charges leur en faisant d'ailleurs obligation.

**Les organisateurs du colloque souhaitent faire appel à des communications, témoignages, monographies présentant, de manière analytique et pas seulement descriptive, ces programmes se rangeant dans le registre des émissions de service aux publics de quelque secteur radiophonique qu'elles puissent émaner. En ce sens les études comparatives sont encouragées (d'une station ou d'un secteur à l'autre, d'une région ou d'un pays à l'autre).**

## MODALITES

Si vous souhaitez participer et communiquer lors de ce colloque, vous êtes invités à soumettre pour le **15 avril 2017 au plus tard**, une proposition en français, en anglais ou en espagnol.

Lors du colloque, les communications pourront être présentées en français, anglais ou espagnol. Si, la communication est réalisée en anglais ou en espagnol, elle devra obligatoirement être accompagnée d'une présentation visuelle (type PowerPoint ou similaire) en français rapportant l'essentiel de son propos. Si votre présentation est en français, prévoyez une présentation visuelle en anglais ou en espagnol.

Vous devez envoyer vos propositions dans un fichier format Word (.doc) par mail, celui-ci portant en objet la mention « Colloque GRER 2017 – proposition de communication »

La proposition comportera : un titre (et sous-titre), un résumé, 5 à 7 mots clés et la mention de son inscription dans une ou plusieurs des thématiques de l'appel. Elle développera, sur 5 000 caractères au plus, sa problématique et ses hypothèses et des indications bibliographiques. Le titre, sous titre et résumé seront traduits en français s'ils ne sont pas initialement formulés dans cette langue.

Les informations personnelles (nom, prénom, institution de rattachement, statut, adresse postale et électronique, téléphone) doivent être rassemblées en ouverture de la première page.

Les propositions de communication seront envoyées aux deux adresses électroniques suivantes :

[grer.mail@club-internet.fr](mailto:grer.mail@club-internet.fr) / [jjcheval@msha.fr](mailto:jjcheval@msha.fr)

Un accusé de réception sera adressé aux auteurs des propositions. Une évaluation des projets sera effectuée par les comités organisateur et scientifique du colloque. Les propositions acceptées pourront faire l'objet de demande de modifications. Les réponses (acceptations, rejets, demandes de modifications) seront adressées aux auteurs à partir de juin 2017.

À l'issue du colloque, les communications définitives, reçues et présentées, pourront faire l'objet d'une publication dans la revue électronique du GRER *RadioMorphoses* (<http://www.radiomorphoses.fr/>) dans ses éditions de 2018. Dans ce but, une nouvelle sélection, en double aveugle, sera alors effectuée par le comité de lecture de la revue, selon les règles communes aux revues scientifiques.

---

### GRER (Groupe de Recherches et d'Études sur la Radio)



Maison des Sciences de l'Homme d'Aquitaine (MSHA)

10, Esplanade des Antilles

33607 Pessac Cedex – [France](#)

Mail : [grer.mail@club-internet.fr](mailto:grer.mail@club-internet.fr)