

Réponse à la consultation publique du CSA

Diffusion et Promotion de la musique Wallonie-Bruxelles et de langue française **(quotas)**

Le site du Parlement européen faisant la synthèse des dispositions légales applicables aux états membres, rappelle que, dans le cadre des défis et perspectives liées à l'internationalisation des marchés, la dimension internationale de la politique audiovisuelle couvre, entre autres domaines, celui de la promotion de la convention UNESCO sur la promotion de la diversité culturelle.

Tout en voulant respecter la liberté éditoriale, la politique des quotas mise en place dans le secteur audiovisuel répond à cette volonté de **lutter contre l'uniformisation et l'hégémonie linguistique et culturelle**. Les quotas constituent donc un premier contrepoids à la logique exclusive des marchés.

Mais, s'ils luttent contre l'uniformisation, les quotas participent-ils à une véritable « promotion de la diversité culturelle » ? Plutôt timidement si l'on en croit les radiodiffuseurs qui disent souffrir d'une carence de diversité musicale en français, bien que les quotas soient installés depuis de nombreuses années ; En réponse à cette assertion, on notera cependant que la notion de quotas (et la nécessité de légiférer en les imposant) parle d'elle-même : elle ne s'impose qu'à partir du moment où l'offre n'inonde pas le marché. Les quotas semblent donc renvoyer par essence à un vivier insuffisant pour répondre aux besoins de diversité.

Cependant, rompre avec la langue unique et la culture unique à travers la fixation de quotas en français, c'est faire un premier pas vers la « grande » diversité, celle d'autres espaces linguistiques et culturels (ex : hispanophonie, lusophonie notamment) qui occupent également trop peu de place dans notre diffusion musicale. Celle-ci constitue bel et bien l'objectif ultime à atteindre et qui fera la part belle aux richesses que recèle toute langue et toute culture. Telle la biodiversité des espèces, il faut tendre vers un écosystème linguistique et culturel dont la survie est précisément fonction de cette diversité.

L'hégémonie d'une langue vient, on le sait, de la capacité d'innovation et de la productivité de ses locuteurs, et non de la langue elle-même : aucune langue ne porte, en effet, en soi des caractéristiques de clarté, de beauté qui la rende plus éligible. A l'inverse, à aucune langue il n'est donc interdit de prendre sa place dans la production scientifique, économique, ou culturelle et artistique. C'est donc à la créativité des locuteurs, non anglophones¹, qu'on en appelle également pour lutter contre la langue unique et la culture unique.

Et toute politique de diffusion culturelle est, bien évidemment, centrale, certes pour faire rayonner des artistes et des œuvres, mais également pour montrer que les langues, hors anglais, recèlent également un potentiel créatif, et pour stimuler cette créativité : il s'agit de faire connaître et entendre des musiques en français et dans d'autres langues pour encourager l'écriture et la composition dans ces langues.

Pour toutes ces raisons, le Service de la langue française rejoint la réponse à la consultation publique fournie par le Conseil de la langue française et de la politique linguistique et souhaite réaffirmer et ajouter les éléments suivants:

- L'importance du maintien des quotas en français ;
- L'importance de promouvoir l'offre proposée par d'autres espaces linguistiques que les espaces exclusivement francophones et anglophones, voire de les valoriser de manière chiffrée ; Une dérogation aux quotas français pourrait, d'ailleurs, être justifiée par une diffusion compensatoire dans d'autres langues (hors anglais) ;
- La nécessité d'une diffusion des quotas à des heures d'écoute significatives ;
- L'importance de stimuler la créativité
 - En programmant des artistes francophones récents;
 - En préconisant un système raisonné de haute rotation des titres sur un période donnée (cad sans rompre avec le principe de promotion de la diversité), afin de permettre tant d'installer ces œuvres et ces artistes, que de permettre aux auditeurs de se les approprier correctement ;

¹ Si l'anglais et les anglophones sont cités à plusieurs reprises dans ce texte, il est important de préciser que ce n'est pas la langue anglaise et la culture anglo-saxonne qui sont visées par ce propos, mais bien le principe de la langue unique et de la culture unique.

- Le rôle central d'une politique de diffusion musicale qui soumet TOUS les acteurs à des obligations de visibilité de titres et d'artistes représentatifs de la diversité : radiodiffuseurs, mais également plateformes numériques dont on connaît le rôle croissant dans les pratiques de consommation musicale ;
- La nécessité d'engager en première ligne la responsabilité des radios publiques ;
- Considérant le bilan positif des radios privées en matière de promotion de la diversité et les moyens insuffisants dont elles disposent pour vérifier le respect des quotas, la nécessité d'être plus souple avec celles-ci, sans toutefois les soustraire complètement aux objectifs de promotion de la diversité linguistique et culturelle. Ces objectifs pourraient notamment être rencontrés à travers la production d'émissions relatives à la langue française et aux autres langues. A ce titre, l'opportunité de la Semaine internationale de la langue française (déclinée en FWB sous le label « La langue française en fête »²) et de la Journée internationale de la francophonie (20 mars), notamment, devrait être saisie pour programmer des émissions. A l'instar de la France, une journée de la langue française dans les médias audiovisuels pourrait être mise en place en FWB³.

Contact

Ministère de la Fédération Wallonie-Bruxelles - Service de la langue française,
Nathalie Marchal, directrice : nathalie.marchal@cfwb.be ; 02/413.22.18

² Cette campagne annuelle de sensibilisation à la langue française a pour objectif de valoriser le potentiel créatif de notre langue, la capacité du français à dire la modernité, la richesse des variétés du français dans l'espace francophone qui sont autant de signes de sa vitalité. Elle a aussi pour objectif de rappeler que la langue n'est pas un sanctuaire réservé aux grammairiens, mais cet outil vivant dont l'utilisateur est le véritable créateur ! C'est lui en effet qui la fait évoluer pour répondre aux besoins d'un monde en constante mutation.

³ Cette participation pourrait prendre forme à travers la programmation, par exemple, de chroniques linguistiques, d'un plan « langues » et de l'apprentissage des langues par les chansons, de jeux et de concours sur la langue et sur la découverte des variétés du français et/ou de ses accents dans le monde, d'émissions mettant en avant des enjeux comme la féminisation des noms de métiers, fonctions, grades et titres, l'intégration par la langue, la langue comme outil de cohésion sociale, la protection linguistique du consommateur, l'anglicisation des masters, l'enseignement des langues en immersion, l'apprentissage précoce des langues, l'utilité de l'intercompréhension entre langues voisines et de ses techniques spécifiques d'apprentissage, etc.

