

Faculté des sciences économiques, sociales, politiques et de communication

Triple diplôme de Master en communication politique
internationale et risques démocratiques - CORIS

Contraintes dans la pratique du métier de journaliste sur le service public radiophonique en France : panorama des enjeux par la perception de ceux qui y travaillent

Auteure : MéliSSa Martinez
Promoteur(s) : Nadine Vincent
Année académique 2025-2026

Les opinions exprimées dans ce mémoire sont celles de l’auteur et ne sauraient en aucun cas engager la directrice de mémoire ou les établissements qui co-portent le master

Remerciements

Je tiens d'abord à remercier les professeurs et intervenants qui ont participé aux cours et ateliers sur l'exercice de recherche qu'est ce mémoire et pour la qualité de leurs enseignements.

Un grand merci à l'ensemble de l'équipe pédagogique du master CORIS, je pense notamment à Carol-Ann Rouillard pour ses cours de méthode poussés et passionnants, ainsi qu'à Cyriac Gousset qui m'a donné envie de poursuivre et d'approfondir les enseignements de la méthode des sciences sociales.

Je tiens également et surtout à remercier ma directrice de mémoire : Nadine Vincent, qui m'a épaulée tout au long de cette intense recherche. Merci pour tes précieux conseils, ta bienveillance, ton suivi pédagogique et formateur, et ta disponibilité malgré ton emploi du temps dernièrement très rempli.

Aussi, je remercie chacun des journalistes interrogés pour son temps, son partage d'expérience et la pertinence de ses propos. Merci également au Comité d'éthique de la recherche en sciences sociales de l'Université de Sherbrooke, qui a validé ce projet et m'a donné des conseils intéressants quant aux démarches à suivre dans le déroulement de ma recherche.

De plus, je souhaiterais remercier mes amis qui m'ont soutenue durant cet exercice complexe et rigoureux. Un merci particulier à mes amies du master CORIS avec qui j'ai travaillé durant ces deux années : Sophie Sager, Jaëlys Menoret, Carla Lafont, et mon amie et colocataire Lehna Habchi, avec qui j'ai partagé de nombreux moments sur cette épreuve.

Je termine ces remerciements par les personnes qui liront en premier ce mémoire après ma directrice : ma relectrice et à ma présidente de jury. Merci de vos retours.

Table des matières

Remerciements	4
Table des matières	6
Liste des tableaux et des graphiques	8
Tables des sigles et abréviations	9
Cadre contextuel	14
La place des médias en France et la spécificité du service public de la radio	14
Le choix du service public audiovisuel : entre missions démocratiques et responsabilité sociale	14
Des opinions favorables et encourageantes	17
Des écoutes favorables et synchrones avec son temps	21
Évolutions contextuelles et enjeux actuels	22
Des risques démocratiques externes	23
La concentration médiatique et le pluralisme	24
La lutte contre la désinformation	28
Des risques démocratiques internes	28
Les enjeux financiers	29
Les enjeux politiques	30
Conclusion du cadre contextuel	33
Problématique	34
État de l'art	36
Le service public radiophonique : État des lieux et évolutions du service public radiophonique français dans le paysage médiatique	36
Un média de masse public	37
La radio de service public	38
Les transformations et spécificités de la radio	39
Le rôle démocratique et les valeurs fondatrices du service public	40
Conception historique du service public	41
Conception actuelle du service public radiophonique	43
Mutations contemporaines du service public audiovisuel	45
Le journalisme de service public : entre identité, indépendance et enjeux professionnels	49
Identité professionnelle et valeurs journalistiques	50
Environnement et défis du journaliste	52
La précarité du métier	52
Conclusion de l'état de l'art	55
Méthodologie	56
Échantillon	57
Formulaire de consentement	58
Choix des entretiens	58
Entretiens semi-directifs	59
Présentation et analyse des résultats	61
Thématique 1 : Les mutations technologiques redéfinissant le travail du journaliste radiophonique, entre IA et polyvalence dans le travail imposé par les nouvelles technologies	66
Thématique 2 : Les mutations politiques et médiatiques, entre éditorialisation et peur de la	

privatisation	73
Thématique 3 : Les mutations liées aux enjeux internes entre précarité et fatigue structurelle	81
Discussion	87
La radio publique à l'ère des radios privées	87
Une liberté d'action et une liberté éditoriale pleinement consacrées	88
Un manque de moyens structurels	90
Une soumission forte à la régulation externe	91
Une couverture locale qui s'écarte petit à petit du principe de nécessité	92
Conclusion de la discussion	95
Recommandations	96
Limites	98
Conclusion	100
Bibliographie	102
Lecture scientifique	102
Autres sources et sitographie	107
Texte de loi	112
Annexes	113
Annexe 1 : Approbation du projet de recherche par la comité éthique de la recherche de la faculté des sciences humaines de l'Université de Sherbrooke	114
Annexe 2 : Guide d'entretiens semi-directifs	116
Annexe 3 : Courriel pour interroger les journalistes	116
Annexe 4 : Formulaire d'information et de consentement à destination des journalistes	118

Liste des tableaux et des graphiques

Figure 1 : Graphique du sondage La Tribune Dimanche sur l’audiovisuel public	17
Figure 2 : Schéma du sondage IPSOS et CESI en date du 6 décembre 2025	19
Figure 3 : Pew Research Center, résultat d’une étude sur les sources d’informations des français	20
Figure 4 : Schéma du sondage IPSOS et CESI en date du 6 décembre 2025	21
Figure 5 : Graphique des différents groupes et groupements radiophoniques en France, selon la part d’audience en 2023 de Statista pour l’Arcom	24
Figure 6 : Propriété des médias français selon le journal <i>Basta</i>	26
Figure 7 : <i>Mind Map</i> des hypothèses (par la prise en compte du contexte)	35
Figure 8 : <i>Mind Map</i> présentant toutes les thématiques rencontrées	64
 Tableau 1 : Représentation des particularités des personnes interrogées	 62

Tables des sigles et abréviations

Arcom : Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique

CESI : Centre des études supérieures industrielles (en partenariat institutionnel et académique avec IPSOS pour le sondage qui nous intéresse en l'espèce)

CNJM : Conférence nationale des métiers du journalisme

CSA : Conseil supérieur de l'audiovisuel

EGI : États généraux de l'information

FO : Force ouvrière

GAFAM : Google Apple Facebook Amazon Microsoft

LOLF : Loi organique relative aux lois de finances

ONG : Organisation non gouvernementale

ORTF : Office de Radiodiffusion-Télévision française

PDG : Président-directeur général

RER : Reporter en Région

RSF : Reporters sans frontières

SGJ : Société générale des journalistes

SNJ : Syndicat national des journalistes

TNT : Télévision numérique terrestre

TRS : Théorie de la responsabilité sociale de la presse

UE : Union européenne

UER : Union européenne de radiodiffusion

UNESCO : United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (en français : Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture)

Résumé

Le service public radiophonique occupe une place centrale dans le paysage culturel, médiatique et audiovisuel français, tant par sa couverture du territoire que par la mission démocratique qui lui est historiquement assignée. Toutefois, il évolue aujourd'hui dans un contexte de profondes mutations, marqué par des transformations économiques, technologiques et politiques qui interrogent ses conditions d'exercice et son rôle au sein de l'espace public. Ces évolutions ont été récemment ravivées par la commission d'enquête sur la neutralité du service public audiovisuel après l'affaire dite Legrand-Cohen, qui a relancé le débat autour de l'impartialité et de la neutralité de la radio publique.

C'est dans ce contexte que ce mémoire s'attache à comprendre la manière dont les journalistes du service public radiophonique perçoivent la structure qui les emploie, ainsi que leur propre rôle au sein de celle-ci. Plus précisément, il s'agit d'analyser leurs représentations de leur mission sociale et de leur contribution au fonctionnement démocratique, à l'aune d'un environnement marqué par des fragilités croissantes concernant le rôle du service public, et par des enjeux politiques, économiques et institutionnels qui pèsent sur la pratique journalistique.

S'appuyant sur une démarche empirico-inductive, cette recherche repose sur la réalisation d'entretiens semi-dirigés auprès de journalistes du service public radiophonique. Ces entretiens ont permis de recueillir leurs perceptions des marges de manœuvre dont ils disposent au quotidien, ainsi que des stratégies qu'ils développent pour composer avec des injonctions parfois contradictoires : exigences d'indépendance, contraintes budgétaires, pression de l'audience et impératifs institutionnels.

À travers ces témoignages, ce travail cherche à comprendre comment les journalistes du service public français vivent et interprètent leur mission dans un contexte de contraintes accrues, et comment ces tensions influencent la construction et l'évolution de leur identité professionnelle.

L'analyse de ces entretiens permet de dresser un état des lieux, et d'interroger la capacité du service public radiophonique, à travers celles et ceux qui le font vivre, à demeurer un vecteur de cohésion sociale et un garant du débat démocratique, à un moment où ses fondements mêmes apparaissent ébranlés.

Mots-clefs : service public audiovisuel, service public radiophonique, journaliste, perceptions, ligne éditoriale, pluralisme, concentration médiatique, gouvernance, indépendance, enjeux pluriels

Introduction

Dans un contexte européen et *a fortiori* français marqué par un environnement politique tendu et économique exsangue, de nombreuses libertés sont remises en cause.

Parmi celles-ci, on constate que la liberté de la presse et celle de l'information sont mises à mal. En ce sens, les médias de service public apparaissent comme un baromètre démocratique particulièrement sensible à ces violations. En effet, dans son rapport « Pressions sur les médias publics, un test décisif pour les démocraties européennes » (2025), Reporters sans frontières, organisation internationale de défense de la liberté de la presse, souligne la multiplication des atteintes directes et indirectes à l'indépendance des médias publics.

Son directeur général, Thibaut Bruttin dresse le constat d'une polycrise traversant l'audiovisuel public : une crise économique liée à la fragilisation de ses modes de financement, une crise technologique face à la concurrence des plateformes numériques, une crise géopolitique lorsque ces médias deviennent des relais du pouvoir politique (par exemple en Italie) ou des instruments de propagande étatique (comme c'est le cas en Hongrie), enfin une crise de confiance nourrie par les controverses autour de questions d'impartialité, de neutralité et d'indépendance des médias publics.

Plébiscité par les auditeurs et bénéficiant d'une image globalement positive comme l'attestent les sondages d'opinion, l'audiovisuel public semble conserver une popularité relativement forte, alors même que les Français expriment un désarroi croissant à l'égard du service public entendu dans son acception plus générale. Cette singularité invite à interroger la place spécifique qu'il occupe. Nous nous focaliserons dans cette recherche sur la radio qui constitue un objet d'étude particulièrement intéressant en raison de son rôle historique et central dans l'espace médiatique. Média de proximité, accessible et largement diffusé, elle occupe une place spécifique dans la production et la circulation de l'information, notamment au sein du service public. Par ailleurs, la radio se trouve aujourd'hui confrontée à des mutations technologiques, et des enjeux politiques et économiques majeurs, qui transforment les pratiques journalistiques.

Le service public radiophonique se situe au cœur d'un paradoxe structurel : garantir une impartialité éditoriale et une autonomie journalistique, tout en demeurant placé sous la tutelle institutionnelle et financière (qui est remise en question) de l'État. Le contexte actuel que nous développerons en suivant soulève une question fondamentale quant à la capacité de survie du service public radiophonique.

Le choix de ce sujet s'est fait relativement aux actualités médiatiques qui ont commencé avec la fin de la contribution à l'audiovisuel public acté début 2024, qui change le mode de financement dudit service ; et aux actualités politiques concernant la remise en cause du modèle public de l'information.

Si de nombreux travaux ont analysé le rôle historique et institutionnel du service public audiovisuel, les tensions contemporaines entre indépendance, contraintes économiques et transformations numériques ne sont que peu voire insuffisamment explorées, en particulier du point de vue des acteurs eux-mêmes.

À cette fin, ce travail poursuivra l'objectif d'étudier les évolutions récentes liées aux mutations diverses que nous avons trouvées au fil des entretiens effectués avec des journalistes du service public radiophonique. En effet, la méthodologie retenue est celle de l'exploitation de données empiriques, issues d'entretiens semi-directifs avec les journalistes de la radio publique.

Afin de répondre à ces interrogations, le mémoire s'articulera autour de plusieurs axes. Il s'attachera d'abord à replacer le service public audiovisuel dans un contexte de risques démocratiques tant politique que financier, avant d'évoquer les problèmes que cela soulève. Nous présenterons en suivant un cadre théorique relatif aux grands concepts qui lie le service public audiovisuel et le métier de journaliste, et enfin le rôle démocratique qui rassemble les deux. Seront ensuite présentées la méthodologie de recherche et les analyses de nos données issues des entretiens, avant de conclure sur les résultats, leurs limites et les perspectives qu'ils ouvrent.

Cadre contextuel

Le service public audiovisuel, et plus particulièrement le service public radiophonique, occupe en France une place centrale dans l'accès à l'information.

C'est une source d'information importante en quantité et en qualité, qui est par ailleurs largement plébiscitée par les Français.

Ce cadre contextuel s'inscrit dans un panorama plus large portant sur les transformations contemporaines que traverse le monde des médias et sur les enjeux auxquels est confronté le monde de l'information, qui contribuent à redéfinir en profondeur le paysage médiatique et le contexte dans lequel s'exerce la production de l'information.

Nous nous pencherons plus particulièrement sur la place singulière du service public audiovisuel au sein de ce paysage médiatique et sur les pressions auxquelles il est confronté, qui interrogent directement sa capacité à respecter son impartialité et ses missions d'information, de pluralisme et d'indépendance.

La place des médias en France et la spécificité du service public de la radio

L'environnement médiatique a connu au cours des cinquante dernières années des transformations majeures liées aux évolutions techniques et aux usages sociaux de l'information, c'est-à-dire tant la production de l'information, que la manière dont les publics reçoivent l'information et l'intègrent dans leurs pratiques sociales. De la presse écrite à la télévision, puis de l'essor d'internet à l'arrivée des plateformes numériques, chaque innovation a modifié les manières de s'informer. Les médias ne sont plus seulement des relais d'information ; ils constituent désormais des acteurs structurants de l'espace public, au croisement d'enjeux politiques, économiques, culturels et même institutionnels.

Le choix du service public audiovisuel : entre missions démocratiques et responsabilité sociale

Dans ce paysage que l'on peut qualifier d'en recomposition, les médias de service public jouent un rôle particulier, voire singulier. Ils ont pour mission d'assurer un accès équitable à l'information, de contribuer à la cohésion sociale et de soutenir le débat démocratique comme en disposent les textes de loi qui consacrent leur existence.

Ces médias sont soumis à un principe de nécessité qui justifie l'existence d'un service public : celui-ci n'est créé en principe que lorsque les besoins d'intérêt général ne peuvent être pleinement satisfaits par des initiatives privées ou concurrentielles.

Dans le domaine audiovisuel, il traduit l'obligation pour l'État d'assurer aux citoyens l'accès à l'information, la diversité de celle-ci et le pluralisme des opinions. Plus précisément, la jurisprudence récente l'illustre dans une décision du 13 février 2024 (n° 463162, Reporters sans frontières)¹ où le Conseil d'État reprend cette logique appliquée au service public et confirme que l'Arcom (Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique) doit veiller à ce que tous les éditeurs audiovisuels, y compris les médias publics, respectent les obligations de pluralisme et d'indépendance de leurs programmes d'information. Cet arrêt souligne que la garantie effective de ces principes est indispensable à la fonction démocratique de l'information.

La radio de service public prend lieu et forme dans l'entité Radio France qui est composée de diverses antennes. Sur le site de cette radio, nous constatons qu'une offre d'information globale de service public démarre en septembre 2016 (FranceInfo est : une radio, un site web, une chaîne de télévision en continu, diffusée sur la TNT et dispose d'un site internet). Par ailleurs, fin 2018, pour accompagner sa stratégie d'innovation et s'adapter à tous les canaux de distribution ainsi qu'aux nouveaux usages du public, Radio France s'est dotée d'une direction du Numérique et de la Production².

Néanmoins, cette classification paraît dépassée en 2025 : le paysage médiatique, transformé par le numérique, a profondément changé, en particulier avec l'essor des algorithmes et les mutations technologiques diverses. Les auteurs convergent pour dire que l'émergence des réseaux sociaux numériques et la liberté accordée aux internautes de sélectionner leurs contenus et moments de consommation interrogent sur les possibilités du secteur public à révolutionner son approche (Sonnac, 2023).

Aujourd'hui, et comme l'avait déjà souligné le rapport d'information sur les missions du service public de l'audiovisuel en 2006 de l'Assemblée nationale³, le service public

¹ Le Conseil d'État rappelle notamment qu'en application de la loi du 30 septembre 1986, l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique (Arcom) doit garantir le respect du pluralisme et de l'indépendance de l'information dans les programmes audiovisuels, et qu'elle ne peut pour cela se limiter au seul calcul du temps de parole des personnalités politiques, mais doit prendre en compte la diversité des courants de pensée et d'opinion exprimés par l'ensemble des participants aux programmes.

² Radio France. (s.d.). *Radio France*. <https://www.radiofrance.com/radio-france>

³ Rapport d'informations, 2006, Assemblée nationale <https://www.assemblee-nationale.fr/12/rap-info/i2917.asp>

radiophonique évolue dans un environnement concurrentiel où des acteurs issus du secteur des télécommunications proposent des offres alternatives. Ces nouveaux entrants ne sont pas soumis aux mêmes obligations que les radios publiques, mais participent néanmoins à la concurrence, que ce soit directement ou via l'accès aux contenus et aux marchés de diffusion, ce qui modifie profondément le paysage médiatique et renforce les défis auxquels le service public doit répondre.

Aussi, la fragmentation des audiences, la concurrence des plateformes (avec le rôle des GAFAM) et la circulation rapide des contenus accentuent l'importance d'une information fiable, accessible et indépendante. Si la télévision incarne historiquement la visibilité nationale et la mise en scène du politique, et si les médias numériques s'imposent aujourd'hui comme des espaces d'interaction et de participation, la radio occupe une place singulière. Elle demeure un média quotidien, accessible, peu coûteux et résilient comme nous le développerons dans le cadre conceptuel. La radio de service public atteint des publics variés : urbains, ruraux, jeunes, seniors, et reste l'un des supports d'information les plus consultés en temps réel, notamment lors d'événements politiques, climatiques ou sécuritaires, comme le rappelle sa présidente, Sybille Veil, lors de son audition au Sénat le 8 octobre dernier en assénant que « Ce sont des données factuelles »⁴.

Ainsi, se concentrer sur la radio de service public dans ce mémoire revient à interroger un média historique et central, confronté depuis la libéralisation des ondes à divers types de concurrence : celle du privé, et celles des mutations technologiques, et en étant soumise à des enjeux politiques et financiers du fait de sa relation avec l'État. Nous avons justement fait ce choix car ce média est très apprécié et écouté par les Français : elle concentre des opinions très favorables parmi l'ensemble des services publics, et est largement écoutée par tout un panel de population, comme nous le développerons en suivant.

Avant de comprendre comment les journalistes radiophoniques conçoivent aujourd'hui leur rôle, leurs responsabilités et leur mission d'intérêt général, nous verrons comment ce média s'adapte aux attentes sociales et aux défis démocratiques contemporains par un état des lieux de son service et des enjeux qui le traversent, tant politique, qu'économique et institutionnel.

⁴ Sénat. (2025, 8 octobre). 1 heures 33. *Audition de Sibylle Veil, présidente-directrice générale de Radio France, par la commission de la culture, de l'éducation, de la communication et du sport.*
<https://www.senat.fr/travaux-parlementaires/commissions/commission-de-la-culture-de-leducation-et-de-la-communication/detail-actualite/radio-france-audition-de-sybille-veil-5751.html>

Pour avoir une vision d'ensemble de ce que représente le service public radiophonique aujourd'hui et comprendre de quoi il est le nom, il nous est apparu intéressant de prendre en compte deux données : d'abord, sa perception qualitative, puis sa perception quantitative par les Français.

Des opinions favorables et encourageantes

Une étude de l'IFOP⁵ sur la confiance des Français face aux services publics audiovisuels met en lumière une perception bonne, voire très bonne, envers ces derniers. Pour 61 % des Français questionnés, les services publics fonctionnent mal. Mais, ils sont pourtant 69 % à déclarer avoir une bonne image de l'audiovisuel public.

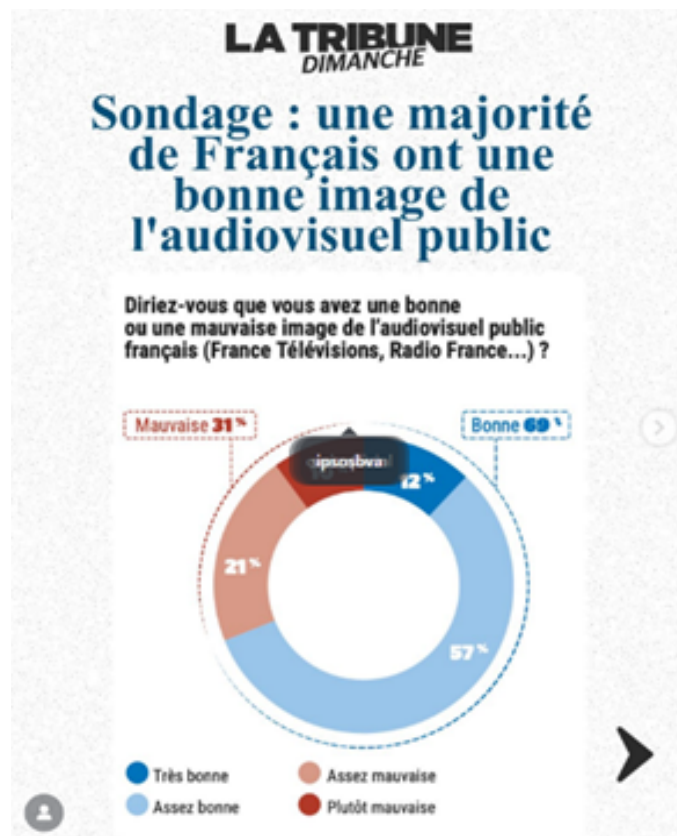


Figure 1 : Graphique du sondage La Tribune Dimanche sur l'audiovisuel public

Cette donnée est corroborée par un autre sondage réalisé par Harris en 2022, sur la télévision, selon lequel 85 % des personnes interrogées jugent l'audiovisuel public fort⁶. Ces

⁵ Ipsos-BVA & CESI École d'ingénieurs. (2025, 6 décembre). 69 % des Français déclarent avoir une bonne image de l'audiovisuel public. Ipsos. <https://www.ipsos.com/fr-fr/les-francais-et-laudiovisuel-public>

⁶ Harris Interactive. (2022, 12 janvier). Les Français et la télévision : un regard singulier en Europe ? Sondage pour France Télévisions (cité dans : Assemblée nationale, 2025). <https://harris-interactive.fr/wp-content/uploads/sites/6/2022/01/Support-de-publication-Regards-sur-la-television-FTV.pdf>

données sont reprises et mises en avant par Sibyle Veil, présidente de Radio France depuis 2018, lors de son audition pour la commission de la culture, de l'éducation, de la communication et du sport à la suite de l'affaire Thomas Legrand-Cohen⁷, en date du mercredi 8 octobre 2025 où elle rappelle ce qui vient d'être mentionné en ajoutant que « les faits, c'est que Radio France touche chaque mois 76 % des Français »⁸.

De plus, l'étude IFOP interroge les participants sur les différentes branches de ce service public et 81 % d'entre eux ont une opinion favorable du service public de la radio tandis que 71 % l'ont pour la télévision publique. Dans le même temps, le sondage Harris susmentionné montre que 71 % des interrogés ont « une bonne image » des chaînes publiques de télévision.

Ces sondages ont été repris dans le rapport d'information de l'Assemblée nationale sur le service public audiovisuel en conclusion des travaux de la mission d'information sur l'avenir de l'audiovisuel public⁹, où il est inscrit qu'il existe un « consensus sur le caractère essentiel de cette mission de service public, accompagné d'une évaluation majoritairement positive de sa mise en œuvre » (Rapport d'information, 2025, p. 16). Par ailleurs, un sondage IPSOS et CESI en date du 6 décembre 2025 démontre que la majorité des Français a une bonne image de l'audiovisuel public. En moyenne, ce pourcentage est également réparti selon l'âge et les catégories socio-professionnelles. On remarque que les sympathisants de gauche sont plus enclins à apprécier ce service, et que ceux qui ne l'écoutent pas, n'en ont pas une bonne image.

⁷ L'affaire Thomas Legrand-Cohen est apparue en 2025 après la diffusion d'un enregistrement par le média d'extrême-droite Frontières montrant les journalistes du service public Thomas Legrand et Patrick Cohen en interaction avec des responsables politiques de gauche, ce qui a soulevé des interrogations sur la neutralité journalistique. Suite à cette diffusion, Thomas Legrand a été temporairement suspendu et une commission d'enquête parlementaire a été saisie pour examiner les pratiques des journalistes de l'audiovisuel public.

⁸ Sénat. (2025, 8 octobre). *Audition de Sibyle Veil, présidente-directrice générale de Radio France, par la commission de la culture, de l'éducation, de la communication et du sport. Sénat.*
<https://www.senat.fr/travaux-parlementaires/commissions/commission-de-la-culture-de-leducation-et-de-la-communication/detail-actualite/radio-france-audition-de-sybile-veil-5751.html>

⁹ Présenté par MM. Jean-Jacques GAULTIER (Président) et Quentin Bataillon (Rapporteur).

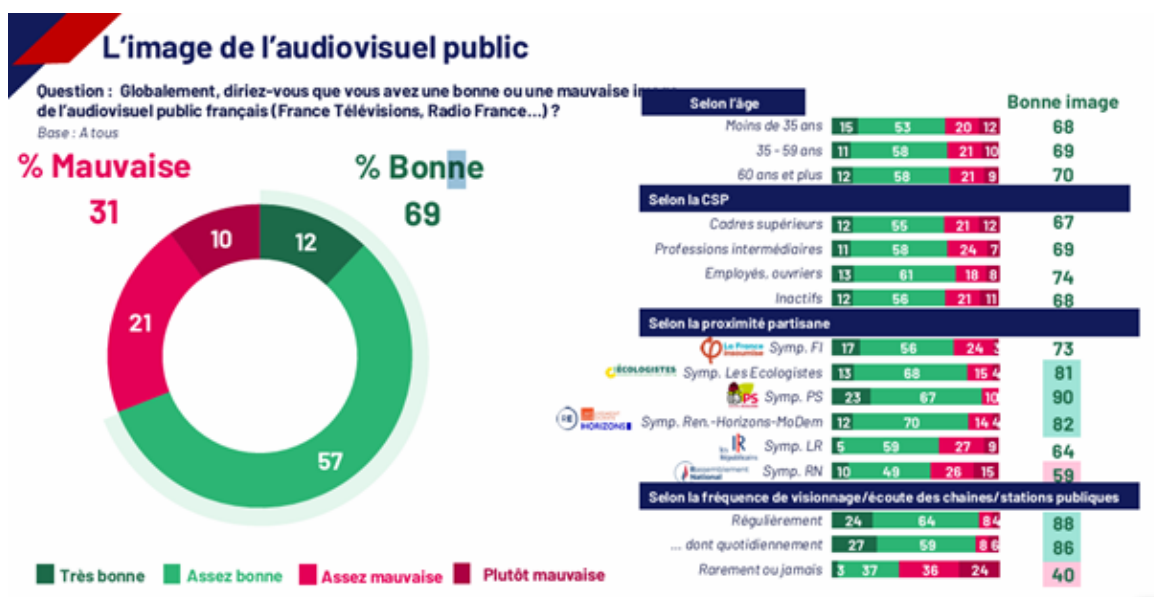


Figure 2 : Schéma du sondage IPSOS et CESI en date du 6 décembre 2025

De plus, selon le baromètre Toluna Harris interactive d'octobre 2025, 8 Français sur 10 pensent que Radio France est utile et apporte des informations fiables¹⁰. Et, selon la médiatrice Crossmédia TI 2025¹¹, c'est près de 3 Français sur 4 qui consultent chaque mois les contenus de Radio France.

Cette opinion plutôt favorable est corrélée par l'étude du Pew Research Center, March, 2019, « News Media Attitudes in France » dans laquelle Radio France est plébiscitée dans le top 5 de sources d'informations chez les Français, ce qui souligne son rôle essentiel dans le paysage médiatique.

¹⁰ Toluna-Harris Interactive. (2025, octobre). Baromètre d'image – Radio France (Toluna-Harris Interactive, octobre 2025) [donnée reprise dans la campagne de Radio France]. CB News.

<https://www.cbnews.fr/etudes/barometre-campagne-radio-france-defend-son-pluralisme>

¹¹Radio France. (2025, 17 décembre). *Clichés versus réalité : Ce qu'est vraiment Radio France*. Radio France. <https://www.radiofrance.com/presse/cliches-versus-realite-ce-quest-vraiment-radio-france>

Top main news sources among the French

*% of French adults who name each outlet
as their main news source*

TF1	16%
BFM	15
France TV	15
Le Monde	6
Radio France	6
Facebook	4
M6	3
Google	3

Note: Only sources named by 3% of adults or more are shown. Respondents were asked to name the outlet they turn to the most for news. For this analysis, major channels or brands were grouped into their larger news organization. France 2, which is asked about specifically on a separate question, is coded as part of France Télévisions (France TV) in this analysis of main news sources.

Source: Survey of eight Western European countries conducted Oct. 30-Dec. 20, 2017. "News Media Attitudes in France"

PEW RESEARCH CENTER

Figure 3 : Pew Research Center, résultat d'une étude sur les sources d'informations des Français

De manière plus poussée, il demeure également que le sondage IPSOS et CESI montre que 71 % des Français estiment que l'audiovisuel public touche l'ensemble des catégories de la population et que ce média est perçu comme un instrument de démocratisation culturelle et sociale, capable de proposer des contenus adaptés à des publics variés, quels que soient leur âge, leur lieu de résidence ou leur statut social.

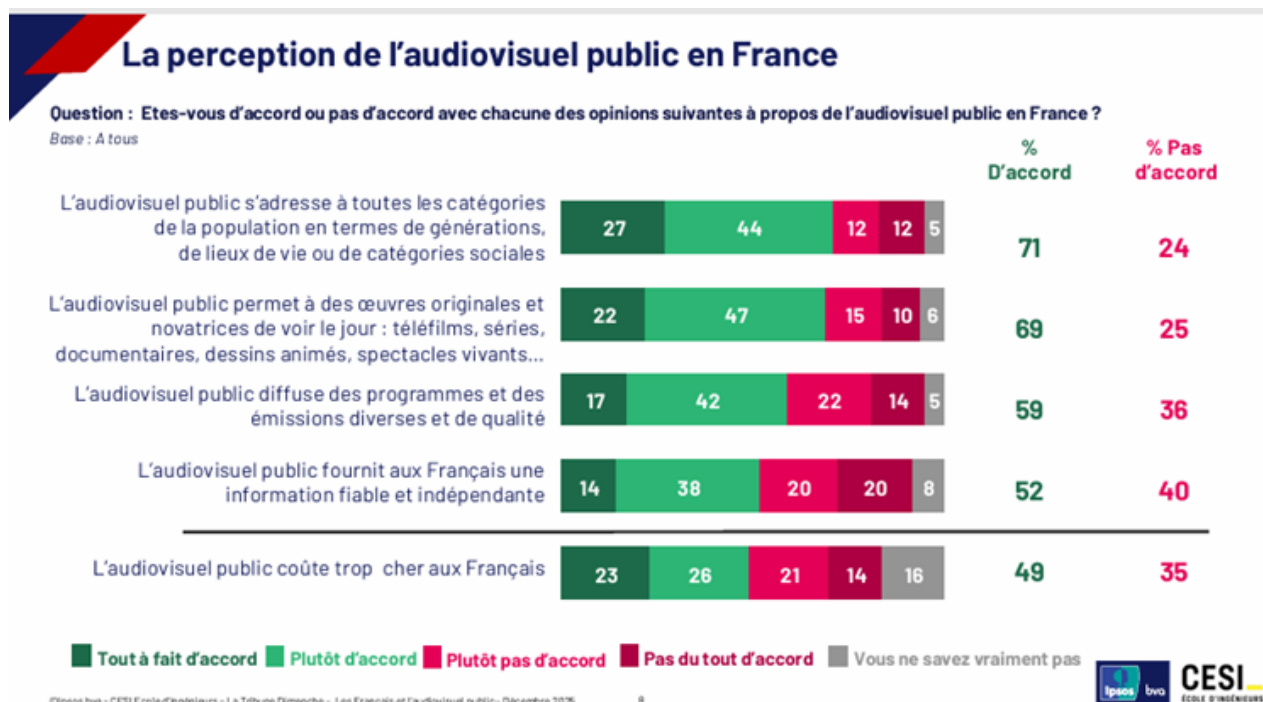


Figure 4 : Schéma du sondage IPSOS et CESI en date du 6 décembre 2025

En conclusion, en croisant les sondages, nous pouvons dresser un bilan plutôt stable de la perception du service public audiovisuel, notamment radiophonique, par les Français qui le plébiscitent. En effet, il apparaît, parmi les données prises en compte, qu'en moyenne, les Français auraient plus confiance en la radio et, que dans le même temps, la côte de popularité du service public de l'audiovisuel bénéficie d'un meilleur taux popularité/confiance que les autres services publics sur lesquels étaient interrogés les Français (par exemple 55 % d'opinion favorable pour le service public du transport) comme l'indique le rapport d'information susmentionné (p.15). Ainsi, massivement apprécié mais politiquement clivant, l'audiovisuel public semble demeurer reconnu aux yeux des Français.

Des écoutes favorables et synchrones avec son temps

Plusieurs études dites de médiamétrie recensent et calculent l'auditorat de chacun des médias radiophoniques. Selon une étude de l'Arcom, « 90 % des Français interrogés déclarent écouter la radio au moins de temps en temps¹² ». En moyenne, la radio enregistre près de 38,5 millions d'auditeurs quotidiens pour la période janvier-mars 2025, avec une durée d'écoute moyenne d'environ 2 h 44 par jour¹³. En ce sens, le service public audiovisuel

¹² Arcom. (2025, 5 juin). *Les Français et la radio*.

<https://www.Arcom.fr/se-documenter/etudes-et-donnees/etudes-bilans-et-rapports-de-lArcom/les-francais-et-la-radio>

¹³ *Ibid*

suscite une large adhésion des Français avec 31,5 % de part d'audience en 2023 pour la TV et 26,4 % de part d'audience pour la radio. D'ailleurs, selon la Médiamétrie¹⁴ Radio France est leader du secteur. En effet, pour la saison 2024-2025, France Inter a par exemple réuni 7 214 000 auditeurs chaque jour, « soit une audience cumulée (AC) de 12,8 % (+ 0,3 point) et une part d'audience (PDA) de 14,8 % (+ 1,1 point) » comme en atteste un audit des écoutes réalisées chaque année¹⁵. Il est également à noter que Radio France se distingue par ses supports numériques avec des chiffres généraux (comprenant toutes ses branches) importants : près de « 2,4 millions d'auditeurs quotidiens sur le numérique, plus de 40 millions d'écoutes en direct et 42 millions d'écoutes à la demande ». ¹⁶

Nous venons de voir que le service public audiovisuel et *a fortiori* celui radiophonique bénéficie d'une corrélation positive entre les opinions favorables et les écoutes importantes, qui en font une chaîne centrale, et adaptable comme en atteste son histoire et sa recomposition au fil du temps. En effet, le service public semble avoir été réactif aux mutations technologiques et son principe de nécessité apparaît positivement rempli. Ces constats montrent que, loin de se figer dans un rôle historique, le service public continue d'évoluer pour répondre aux attentes d'un public diversifié, c'est ce que nous allons voir en analysant les transformations contemporaines qui le traversent.

Évolutions contextuelles et enjeux actuels

Comme nous venons de le voir, le service public audiovisuel français remplit sa mission de diversité et de représentation, inscrite dans ses objectifs légaux. Outre les missions réglementaires séculaires qui tiennent lieu de loi à son rôle, l'alliance des médias publics internationaux « Public Media Alliance» mentionne particulièrement dans ses statuts les missions et enjeux auxquels fait face le service public de l'audiovisuel. Nous trouvons que cela reflète d'une manière particulièrement opportune l'état des lieux des enjeux actuels. L'alliance s'attache à défendre de nombreux défis et de mutations auxquels est confronté le service public en France, comme:

¹⁴ Quairel, F. (2025, 15 avril). *Audiences radio semaine (PdA) janvier – mars 2025 : France Inter solide leader, Europe 1 et NRJ en hausse, ICI en nette baisse*. The Media Leader FR.

<https://fr.themedialeader.com/audiences-radio-semaine-pda-janvier-mars-2025-france-inter-solide-leader-europe-1-et-nrj-en-hausse-ici-en-nette-baisse>

¹⁵ Centre d'études des supports de publicité. (2025, 7 octobre). *Audit Étude EAR>National – Saison Radio 2024-2025* [PDF]. CESP. <https://www.cesp.org/wp-content/uploads/EAR-National-Synthese-Audit-2024-2025.pdf>

¹⁶ *Ibid*

La lutte contre la mésinformation et la désinformation (incessante et exigeant beaucoup de ressources)

Servir et atteindre des publics diversifiés (en temps de crise, les programmes culturels et de divertissement jouent un rôle crucial en soutenant la cohésion sociale, en apportant du réconfort et en renforçant la confiance du public, parallèlement à la diffusion de nouvelles)

Maintenir un accès universel au contenu (veiller à ce que le public puisse toujours accéder au contenu des médias de service public, et favoriser la découvrabilité et la visibilité de ce contenu sur les différentes plateformes)

Assurer une meilleure préparation aux situations d'urgence (innover pour garantir la capacité à servir le public avant, pendant et entre les périodes de crise dans un monde de plus en plus instable).¹⁷

Cependant, ces missions semblent mises en tension par les difficultés stratégiques du service public à concilier ses obligations spécifiques liées à sa nécessité tout en s'adaptant aux pressions d'audience et à une concurrence privée importante. Reporters sans frontières, a récemment mis en évidence le paradoxe selon lequel la radio publique doit faire face seule à d'importantes concentrations médiatiques¹⁸.

Des risques démocratiques externes

En ce sens, concernant les risques démocratiques, la phrase de l'économiste des médias Nathalie Sonnac résonne particulièrement dans le cas de notre recherche. Dans son ouvrage, Le nouveau monde des médias. Une urgence démocratique, elle évoque le fait qu'il faille préserver le contrat de confiance entre citoyens et institutions autour d'une information fiable et de préserver la singularité culturelle face à la concurrence déloyale (Sonnac, 2023).

Dans un même temps, une autre économiste des médias, Julia Cagé, indique dans son ouvrage que l'Etat a une responsabilité sociale de l'audiovisuel public (Cagé et Huet, 2021). Ainsi, il apparaît que protéger les médias publics face aux pressions commerciales, aux logiques de concentration et aux modèles économiques dominés par des acteurs privés par une qualité de l'information passe aussi par une garantie étatique forte dans la pérennité de son existence.

¹⁷ Public Media Alliance. (2025, 18 août). *Public service media as critical infrastructure*. Public Media Alliance. <https://www.publicmediaalliance.org/public-service-media-as-critical-infrastructure/>

¹⁸ Bruttin, T., Bocandé, A., & Public Service Media Experts. (2025). *Pressures on public media: A decisive test for European democracies* (Report). Reporters Without Borders (RSF). <https://rsf.org/sites/default/files/medias/file/2025/07/RAPPORT%20MEDIAS%20PUBLICS%20-%20EN.pdf>



Figure 5 : Graphique des différents groupes et groupements radiophoniques en France, selon la part d'audience en 2023 de Statista pour l'Arcom

Comme l'indique la figure 5, en 2023 le groupement radiophonique Radio France représentait un peu moins de 30 % de la part d'audience totale des radios en France. La figure rappelle par ailleurs la singularité actionnariale de ce dernier qui est détenu par l'État. L'offre de Radio France se divise en plusieurs chaînes. Les principales chaînes d'information sont : France Inter, Ici pour les radios en région, France Culture et FranceInfo.

Sur cette même figure, nous pouvons voir les autres groupements radiophoniques et les personnes ou groupes à qui ils appartiennent, ce qui nous permet de faire le lien avec la question du pluralisme médiatique et de la concentration de chaînes par certains groupes au capital de personnes.

La concentration médiatique et le pluralisme

Dans notre recherche, nous avons décidé d'évoquer la concentration médiatique sous l'angle du cadre contextuel; nous essaierons de délimiter et de définir de quoi cette concentration médiatique est le nom et les répercussions actuelles. Nous ne nous pencherons

pas en détail sur les théories qui entourent ces concepts mais sur ce que cette concentration entraîne comme effet et comment le service public tente de le pallier.

Comme le souligne la figure 6, le contexte médiatique actuel fait montre d'une polarisation dans l'acquisition des titres de presse, dits «privés». Un article du Monde diplomatique, constate que «les entreprises de presse constituent une marchandise de luxe très prisée des grandes fortunes».¹⁹



Figure 6 : Propriété des médias français selon le journal *Basta*

La Ligue des droits de l'Homme (LDH) s'accorde avec l'association ACRIMED et s'interroge sur cette concentration. En se demandant si cela pose problème, leurs conclusions rapportent qu'il « existe des différences de lignes éditoriales entre ces médias, certains comme ceux appartenant à Bolloré sont très orientés à droite, voire à l'extrême droite. Mais de même qu'une certaine pluralité est respectée au sein des rédactions, les journalistes qui y travaillent ne sont pas exempts de pressions, directes ou indirectes » (Ligue des droits de l'Homme, 2025, p. 16), et pointent du doigt l'influence de l'extrême droite et le rôle des médias dans celle-ci²⁰. De plus, comme le souligne Nathalie Tehio (présidente de la Ligue des

¹⁹ Le Monde diplomatique. (2025, avril). *Médias français, qui possède quoi ?* <https://www.monde-diplomatique.fr/56954>

²⁰ Ligue des droits de l'Homme. (2025, 17 septembre). *Observatoire France : rapport sur la situation des droits et libertés en France* [PDF]. https://www.ldh-france.org/wp-content/uploads/2025/09/20250917_FIDH_Rapport-OBS-FRANCE_FR-WEBdef.pdf

droits de l'homme) la concentration capitaliste des médias réduit la diversité des voix et favorise la domination de quelques acteurs privés (Tehio, 2025). Elle rappelle dans une tribune²¹ que cela fragilise la capacité des citoyens à accéder à une information fiable et indépendante, essentielle au débat démocratique. Dans ce contexte, le service public audiovisuel joue un rôle stratégique : il permet de garantir des contenus pluralistes et diversifiés et constitue un contrepoids aux pressions économiques et aux logiques de concentration, protégeant ainsi le contrat de confiance entre citoyens et institutions qu'évoquait plus haut Nathalie Sonnac, et qui est corroboré par Salomé Saqué qui dans son dernier ouvrage *Résister* revient sur l'importance d'une information libre et éclairée, et qui insiste sur le fait que le service public en est un des garants (Saqué, 2024, p. 83).

Par exemple, il existe des attaques récurrentes qui contribuent à fragiliser le symbole de ce que devrait être un service public, en instillant l'idée d'une partialité potentiellement systémique de ses rédactions, alors même que leur mission repose sur la neutralité et le pluralisme de l'information, et surtout sur l'intérêt général. En cherchant à délégitimer les médias publics au nom d'un biais idéologique, ces stratégies participent à un affaiblissement de la confiance citoyenne générale (même si nous venons de voir qu'une majorité de Français a une opinion favorable, les sympathisants de ceux-là même qui fustigent le service public lui accordent une opinion faible, plus faible que la moyenne²²). À titre d'illustration, le JDNNews (appartenant au groupe Bolloré) en septembre 2025²³ a consacré sa une et plusieurs pages à l'audiovisuel public, sous le sous-titre : « Le scandale des Intouchables. Ils donnent des leçons et complotent avec la gauche... avec vos impôts », participant à la polarisation du débat public dans un contexte de concentration des médias aux mains du privé. En ce sens, les divergences de ligne éditoriale constitue un enjeu démocratique majeur, en ce qu'elles s'inscrivent dans une stratégie d'influence discursive visant à délégitimer des institutions du service public, à reconfigurer les termes du débat démocratique et à orienter la construction du récit politique au profit de certains courants idéologiques de leur propriétaire.

Toutefois, il est à noter que la Cour européenne des droits de l'homme rappelle qu'« *un déficit de pluralisme interne peut être compensé par un pluralisme externe* » (CEDH, 2022²⁴).

²¹ Tehio, N. (2025, 18 septembre). *La liberté d'information, pilier de la démocratie* [Tribune]. *Le Club de Mediapart*. <https://blogs.mediapart.fr/nathalie-tehio-presidente-ldh/blog/180925/la-liberte-d-information-pilier-de-la-democratie>

²² *Ibid*, sondage Ipsos et CESI

²³ Le Journal du dimanche. (2025, 16 septembre). *Radio France, France Télévisions... Le scandale des intouchables : ils donnent des leçons et complotent avec la gauche... avec vos impôts* [Une du JDNNews]. *Le Journal du dimanche*. <https://www.lejdd.fr/sommaire/radio-france-france-televisions-le-scandale-des-intouchables-161978>

²⁴ Cour européenne des droits de l'homme. (2022, 5 avril). *Reporters sans frontières c. France* (Requête no 49854/16).

Dès lors, l'exigence de pluralisme ne saurait être appréciée à l'échelle de chaque média pris isolément, y compris s'agissant de la représentation des courants politiques, notamment ceux relevant de l'extrême droite, mais doit s'analyser au regard de l'équilibre global du paysage médiatique.

Ces infographies soulèvent deux interrogations majeures : dans quelle mesure la liberté d'information est-elle effectivement garantie par le service public audiovisuel, et dans quelle mesure constitue-t-elle un pilier de la démocratie qu'il est nécessaire de préserver ?

Nous pouvons nous interroger sur la partialité de certains médias et donc sur l'impartialité d'autres, mais surtout sur cette donnée au sein du service public radiophonique. En effet, plusieurs événements récents montrent que le service public demeure au cœur des enjeux parfois malgré lui. Par exemple, lors de la campagne législative de 2024, une centaine de médias indépendants ont appelé à lutter contre l'extrême droite, jugée comme une menace pour la liberté de la presse ²⁵. Parmi eux, cinq journalistes de France 3 ont été sanctionnés et écartés de la couverture médiatique électorale, rappelant que « le journalisme consiste également à transmettre des valeurs et à garantir le bon fonctionnement des institutions démocratiques en éclairant l'opinion publique »²⁶.

Nous pouvons aussi citer l'affaire dite « Legrand-Cohen » qui est survenue en septembre 2025 après la diffusion d'une vidéo des journalistes Thomas Legrand et Patrick Cohen (journalistes du service public) sans leur consentement, et qui a relancé le débat sur l'impartialité du service public audiovisuel²⁷. Accusés de connivence politique (propos tenus pouvant être retenus comme à charge contre la ministre de tutelle du service public), les journalistes et leurs médias ont été au cœur de polémiques et d'auditions, illustrant les tensions d'impartialité sur le service public. Cette affaire nous permet de rebondir sur un autre enjeu important à l'aune de la transformation médiatique et du journalisme d'opinion, plutôt que d'information, qui est celui de la lutte contre la désinformation.

²⁵ En juin 2024, plus de 90 médias indépendants ont signé une tribune collective appelant à un « front commun des médias contre l'extrême droite », soulignant que « sans presse libre, pas de démocratie » et dénonçant les risques que ferait peser l'extrême droite sur la liberté de la presse et le pluralisme. *Mediapart*. (2024, 19 juin). *Pour un front commun des médias contre l'extrême droite*. <https://blogs.mediapart.fr/mediapart-journal-independant-et-participatif/blog/190624/pour-un-front-commun-des-medias-contre-lextreme-droite>

²⁶ Syndicat national des journalistes de France Télévisions. (2024, 24 juin). *5 journalistes écartés des sujets politiques*. <https://snj-francetv.fr/5-journalistes-ecartes-des-sujets-politiques/>

²⁷ Le Monde. (2025, 17 septembre). Thomas Legrand et Patrick Cohen enregistrés à leur insu : France Télévisions et Radio France dénoncent une « campagne de dénigrement » des médias de Vincent Bolloré. https://www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2025/09/17/thomas-legrand-et-patrick-cohen-enregistres-a-leur-insu-france-t-elevisions-et-radio-france-denoncent-une-campagne-de-denigrement-des-medias-de-vincent-bollore_6641531_3236.html

La lutte contre la désinformation

Pour Florent Latrive, directeur adjoint de l'information de Radio France : « Les médias de service public ont la responsabilité unique d'être un havre de vérité dans un océan de fausses informations et d'incertitudes. Mais nous ne pouvons pas relever ces défis seuls. Nous avons besoin d'une formation continue, d'outils efficaces et d'une collaboration mondiale pour identifier et répondre aux menaces locales²⁸ ». Il rappelle ainsi que c'est un risque démocratique externe, mais que le service public dont la radio tente de le pallier. Nous nous pencherons rapidement sur la question de la désinformation qui est la diffusion volontaire d'informations fausses ou trompeuses dans le but d'induire le public en erreur (Wardle et Derakhshan, 2017).

Nous avons vu avec Public Media Alliance que le service public se targue d'avoir comme mission de lutter contre celle-ci. Par les entretiens réalisés, nous avons également compris que le service de *fact checking* a été mis en œuvre au sein des rédactions de Radio France. Le travail de vérification, de contrôle éditorial et de transparence est indispensable pour permettre aux auditeurs d'accéder à une information fiable, claire et complète. Si le sujet de la désinformation est clef, nous n'allons pas l'aborder d'un point de vue scientifique mais nous allons nous contenter de ce qui vient d'être écrit.

Des risques démocratiques internes

Pour Lionel Thompson, secrétaire de la Société des journalistes (syndicat), la question centrale réside dans l'adéquation entre les missions confiées au service public et les moyens qui lui sont alloués, l'information constituant sa mission première. Dans un entretien accordé à *Mediapart*, il rappelle qu'à la différence des groupes privés, le service public audiovisuel ne contribue pas à une activité politique qui est un moyen « *d'avoir une influence qu'ils peuvent mettre au service de leur activité première ou de l'idéologie du marché qui sert leurs intérêts* », au contraire²⁹. Cette distinction met en lumière les tensions auxquelles le service public est confronté, notamment lorsqu'il s'agit de garantir son indépendance éditoriale dans un contexte marqué par des contraintes financières croissantes et des enjeux politiques majeurs³⁰.

²⁸ FD S. (2025, 11 avril). L'Union européenne de radio-télévision lance «Spotlight», un réseau de vérification des faits pour lutter contre la désinformation : « Les médias de service public ont la responsabilité... ». <https://www.fdesouche.com/2025/04/11/lunion-europeenne-de-radio-television-lance-spotlight-un-reseau-de-verification-des-faits-pour-lutter-contre-la-desinformation-les-medias-de-service-public-ont-la-responsabilite-det>

²⁹ La Revue du projet. (2015, 28 février). *Une radio publique, pourquoi, pour qui ?* Mediapart. <https://blogs.mediapart.fr/edition/la-revue-du-projet/article/280215/une-radio-publique-pourquoi-pour-qui>

³⁰ comme en atteste par exemple l'article déjà cité du Monde : Dassonville, A., Boutelet, C., Zaugg, J., & Kaval, A. (2025, 11 décembre). *En France comme en Europe, les audiovisuels publics subissent des pressions politiques et économiques. Le*

Comme l'indique le directeur général de RSF : « les légitimes contraintes budgétaires, dans un contexte difficile en la matière, peuvent cacher la politisation et l'instrumentalisation des budgets » (Reporters sans frontières, 2025, p. 3) Cette observation rappelle que la question du financement ne saurait être isolée des enjeux d'indépendance éditoriale et de potentielles logiques politiciennes. En effet, la question du financement d'un service public et *a fortiori* celui pour l'audiovisuel demeure un enjeu majeur. La suppression de la contribution à l'audiovisuel public en 2022³¹, qui représentait 89 % des ressources du secteur, a un temps inquiété quant au devenir de son modèle économique.

Les enjeux financiers

Comme le soulignent les États généraux de l'information (EGI) , cette disparition a imposé de trouver « les conditions d'un financement pérenne et à hauteur de la contribution essentielle du service public »³² (EGI, 2024, p. 190).

Dans ce cadre contextuel, il apparaît intéressant de mentionner la récente proposition de loi organique déposée le 6 juin 2023 par les députés Quentin Bataillon et Jean-Jacques Gaultier qui s'inscrit dans une volonté de refonder le modèle de financement de l'audiovisuel public. Le texte prévoyait initialement de pérenniser l'affectation d'une fraction de la TVA au bénéfice de France Télévisions, Radio France, France Médias Monde, l'INA, TV5 Monde et Arte France. Au fil des travaux parlementaires, cette approche a évolué vers la mise en place d'un mécanisme de prélèvement sur recettes. En parallèle de cette réforme budgétaire, un autre chantier majeur concerne la gouvernance de l'audiovisuel public et est en discussion avec la réactivation du projet de création d'une holding. Inspiré des travaux déjà menés au Sénat sur le financement, ce projet prévoit l'établissement d'une société faîtière : France Médias, destinée à regrouper France Télévisions, Radio France, France Médias Monde et l'INA, et a baissé les moyens de ces entités.

Actuellement le financement actuel, basé sur une fraction de la taxe sur la valeur ajoutée (TVA), ne garantit ni prévisibilité ni indépendance à long terme, notamment au regard des

Monde.

https://www.lemonde.fr/economie/article/2025/12/11/en-france-comme-en-europe-les-audiovisuels-publics-subissent-des-pr-essions-politiques-et-economiques_6656835_3234.html

³¹ Article 1 de la loi n° 2022-1157 du 16 août 2022 de finances rectificative pour 2022 (suppression de la contribution à l'audiovisuel public). *Journal officiel de la République française*.

³² Les États généraux de l'information. (2024). *Protéger et développer le droit à l'information : une urgence démocratique* (Rapport remis le 12 septembre 2024).

<https://www.vie-publique.fr/rapport/295405-rapport-des-etats-generaux-de-linformation-protger-le-droit-info>

contraintes fixées par la loi organique relative aux lois de finances (LOLF), mais maintient pour autant une pérennité dans le mode de son financement.

C'est ainsi que les EGI rappellent qu'au-delà d'un simple débat technique, il s'agit d'un enjeu d'intérêt général : la réforme du financement doit préserver l'indépendance de l'audiovisuel public vis-à-vis du pouvoir politique. Trois principes guident cette évolution : l'adéquation des ressources aux missions, la prévisibilité dans le temps et l'absence d'arbitrages infra-annuels³³. Ces garanties sont d'ailleurs en cohérence avec le European Media Freedom Act (article 5 du Règlement (UE) 2024/1083 du 11 avril 2024), qui impose aux États membres de l'Union européenne de doter leurs médias publics d'un financement « suffisant, durable et prévisible³⁴ ».

Ces réformes illustrent une transformation profonde du paysage de l'audiovisuel public français, à la fois sur le plan financier et institutionnel, comme nous allons le détailler par ce que nous avons qualifié d'enjeux politiques.

Les enjeux politiques

La pression financière va de pair avec la pression politique. Dans son rapport de 2024 sur le classement de la liberté de la presse, Reporters Sans Frontières s'alarme sur le fait que « *la liberté de la presse est menacée par celles-là mêmes qui devraient en être les garants : les autorités politiques* » (RSF, 2024)³⁵. Cela s'explique notamment par les interrogations persistantes autour de sa tutelle. Comme le montre Alexis Lévrier, historien des médias, le pouvoir politique, et plus particulièrement le pouvoir présidentiel, occupe une place centrale dans le fonctionnement de l'audiovisuel public. Cette analyse est développée dans son ouvrage engagé *Jupiter et Mercure. Le pouvoir présidentiel face à la presse*³⁶, qui retrace l'histoire des relations entre la présidence de la République et les médias depuis le général de Gaulle.

En même temps que la polarisation politique s'accroît, l'avènement des médias d'opinion et de leur force de frappe (tant dans leur médiamétrie que dans leur radicalité)

³³ *Ibid*, page 190.

³⁴ Dans cette perspective, plusieurs pistes sont envisagées. Cette approche correspond à la proposition n° 8 des EGI, qui vise à instaurer une réforme de la LOLF afin d'assurer un financement conforme aux exigences européennes d'indépendance.

³⁵ Reporters sans frontières. (2024, 3 mai). *Classement mondial de la liberté de la presse 2024 : le journalisme sous pressions politiques*.

<https://rsf.org/fr/classement-mondial-de-la-liberte-de-la-presse-2024-le-journalisme-sous-pressions-politiques>

³⁶ Lévrier, A. (2021). *Jupiter et Mercure : Le pouvoir présidentiel face à la presse*. Seuil.

s'accroît également. Le journalisme d'opinion obtient une place de plus en plus importante dans le panorama général médiatique. L'information n'est plus vue comme une donnée vérifiée mais comme un point de vue, ce qui change les paradigmes de pensée, et in fine le système médiatique. Par exemple, cette dynamique se manifeste par une multiplication des saisines adressées aux instances de régulation et d'autorégulation, en particulier l'Arcom. À ce titre, cette dernière a récemment été saisie afin d'examiner la putative partialité du service public, comme l'indique un communiqué de presse précisant que ce travail est réalisé afin de recueillir les explications et observations du média public, tout en soulignant avoir engagé depuis plusieurs mois une réflexion plus large sur l'exigence d'indépendance et d'impartialité du secteur public de la communication audiovisuelle³⁷. Si cette démarche relève légalement des missions du régulateur, elle peut également être analysée comme le signe d'une forme d'instrumentalisation de l'Arcom aux rapports de force politiques voulus par les groupes médiatiques privés. En effet, en se saisissant de controverses politiques, l'institution apparaît de plus en plus insérée dans la structure du champ médiatique.

Aussi, et c'est le bornage temporel de notre cadre contextuel, la toute récente mise en place d'une commission d'enquête parlementaire sur la neutralité de l'audiovisuel public illustre la manière dont le débat autour de l'indépendance des médias publics s'est progressivement déplacé sur le terrain idéologique voire partisan. Dans ce cadre, le service public demeure soumis à des obligations juridiques strictes de neutralité et d'impartialité, censées le distinguer des médias privés, mais qui peuvent entrer en tension avec la liberté éditoriale et les impératifs de diversité des points de vue. La commission met ainsi en lumière les contradictions inhérentes à l'articulation entre régulation, pluralisme et autonomie rédactionnelle, dans un environnement médiatique de plus en plus polarisé. Ces interrogations sont d'autant plus sensibles que le service public audiovisuel bénéficie d'un financement public, allant jusqu'à quatre milliards d'euros pour France Télévisions et Radio France.

Dès lors, nous avons remarqué qu'une question traverse les travaux de la commission : le service public audiovisuel est-il encore nécessaire dans sa forme actuelle, et comment peut-il continuer à justifier son rôle spécifique ? Cette initiative, portée en grande partie par des élus issus de l'extrême droite, témoigne de leur capacité à imposer leurs thématiques dans

³⁷ Arcom. (2025, 18 septembre). *À l'issue des auditions des présidentes de France Télévisions et de Radio France, l'Arcom souhaite approfondir ses travaux sur l'impartialité du service public.*
<https://www.arcom.fr/presse/lissue-des-auditions-des-presidentes-de-france-televisions-et-de-radio-france-larcom-souhaite-a-profondir-ses-travaux-sur-limpartialite-du-service-public>

l'agenda institutionnel, en réorientant le discours public autour d'accusations de « wokisme », de « bien-pensance » ou de « politiquement correct »

Par ailleurs, le projet de holding commune pour l'audiovisuel public, soutenu par le gouvernement et la ministre de la Culture, cristallise aujourd'hui de fortes tensions au sein des acteurs du service public : entre rationalisation d'un côté et crainte de privatisation de l'autre. Présenté comme une mesure de rationalisation administrative et budgétaire, ce projet vise à regrouper sous une même entité les principales entreprises du service public. Sibyle Veil, PDG de Radio France, défend cette réforme dans son audition³⁸ comme une « arme de dissuasion contre la privatisation »³⁹, soulignant qu'une structure unifiée permettrait de renforcer la coopération entre médias publics et permettrait de mieux résister aux logiques concurrentielles. Le projet ne fait pourtant pas consensus. Soutenu par la droite de l'échiquier politique, il rencontre une opposition des syndicats de salariés du service public audiovisuel qui dénoncent dans un communiqué en date de juin 2025 : « une menace sur l'existence des services et des programmes proposés au public et donc sur le pluralisme et l'accès à une information indépendante et de qualité. Il menace l'indépendance éditoriale des rédactions et fait peser le risque d'une mainmise renforcée du pouvoir politique sur l'information.⁴⁰ » Les députés de gauche, qui y voient une menace pour l'indépendance éditoriale et contre la pérennité d'un financement, rappellent que « Cette réforme est une attaque frontale contre l'indépendance des médias publics.⁴¹ » Au-delà de la réforme en elle-même, ce débat met en lumière un clivage idéologique sur la conception de l'information et de la neutralité de celle-ci dans un régime politique démocratique et dans une société capitaliste.

Il convient de souligner toutefois que des mécanismes « politiques » (au sens de « législatifs ») permettent des garanties quant à la consécration du service public. RSF souligne qu'en la matière, les dispositions de l'article 5 de la législation européenne sur la liberté des médias, enjoignent aux États membres dont la France, des obligations en matière d'indépendance éditoriale et fonctionnelle des médias de service public, ce qui est « une

³⁸ Sénat. (2025, 8 octobre). *Audition de Sibyle Veil, présidente-directrice générale de Radio France, par la commission de la culture, de l'éducation, de la communication et du sport. Sénat.*

https://videos.senat.fr/video.5567306_68e5fe50e7fd8.radio-france--audition-de-sibyle-veil

³⁹ *Ibid.*

⁴⁰ SGJ-FO (Syndicat général des journalistes - Force ouvrière). (2025, 26 juin). *Communiqué de presse : Contre le projet de holding, soutien aux salariés en grève de l'audiovisuel public.* Journalistes FO.

<https://journalistesfo.fr/2025/06/26/contre-le-projet-de-holding-soutien-aux-salaries-en-greve-de-laudiovisuel-public/>

⁴¹ Assemblée nationale. (2025, 30 juin). *Compte rendu intégral de la séance du lundi 30 juin 2025 (n° 88 A.N.).*

<https://www.assemblee-nationale.fr/dyn/17/comptes-rendus/seance/session-ordinaire-de-2024-2025/seance-du-lundi-30-juin-2025.pdf>

mesure qui tient autant de la consécration que de la sauvegarde » (Rapport de RSF, 2025, p. 3).

Conclusion du cadre contextuel

Finalement, nous concluons ce cadre contextuel par un constat qui avalise les données du rapport de RSF « *Pressions sur les médias publics, un test décisif pour les démocraties européennes* » dans lequel le directeur général Thibaut Bruttin constate cette polycrise que traverse le service public audiovisuel sur le continent :

C'est ainsi que les médias de service public européens sont traversés par de multiples crises. Une crise économique : leur financement est régulièrement remis en cause. Une crise technologique : ils doivent parvenir à se hisser à la hauteur des plateformes numériques. Une crise géopolitique : ils peuvent aisément être transformés en porte-voix gouvernemental, comme en Italie, et en officine de propagande du Kremlin, comme c'est le cas en Hongrie. Une crise de confiance, enfin, qui va de pair avec une concentration des crispations autour de leur indépendance et de leur méthode de financement. (Reporters sans frontières, 2025, p. 3)

Les risques démocratiques liés aux défaillances du service public audiovisuel, notamment pour l'accès à une information pluraliste et indépendante, reposent sur deux contradictions majeures : le renforcement du pluralisme interne malgré la concentration médiatique, et la diminution du budget alors que l'offre privée se diversifie. Comprendre ces paradoxes est essentiel pour évaluer la mission et la pertinence démocratique du service public radiophonique.

Problématique

En ce sens, la pertinence de cette analyse se trouve dans la perception du travail et de l'indépendance des journalistes.

Notre démarche de recherche doit à présent être problématisée afin de mettre en lien l'objet de notre réflexion qu'est la perception des journalistes avec le cadre théorique prenant en compte celui contextuel, qui est très riche voire instable, à l'aune des enjeux discutés.

Ainsi, cette recherche vise à la problématisation scientifique du risque démocratique que compose le contexte actuel autour du service public radiophonique en France, à travers les perceptions de ceux qui y travaillent. En partant des informations présentées, ce mémoire cherche à comprendre la perception des journalistes radiophoniques du service public français quant au fonctionnement et au financement de leur média, ainsi que des effets de cette question dans la pratique de leur travail.

Dans un contexte marqué par des enjeux politiques, économiques et institutionnelles forts, les journalistes de la radio publique se trouvent au cœur d'un paradoxe : ils exercent une mission d'intérêt général qui semble nécessaire (principe de nécessité), tout en évoluant dans un environnement où leur neutralité et l'indépendance de leur gouvernance est remis en question tant d'un point de vue extérieur que par la pratique en interne. De ce point de vue, le principe de nécessité peut aussi se poser par extension en questionnant la nécessité de maintenir un service public audiovisuel alors qu'il existe des chaînes privées et que des Français doutent de sa neutralité.

Dès lors, ce mémoire interroge la manière dont les journalistes de l'audiovisuel public perçoivent leur rôle et leur autonomie professionnelle au sein de ce cadre, et en quoi cette perception influence leur conception du service public et de sa mission.

Ainsi, comment les journalistes perçoivent-ils la pratique de leur métier dans le contexte actuel ? Il sera aussi question d'interroger leur avenir en se penchant sur la perception de leur rôle quant aux défis qui s'annoncent .

Bien que, comme nous le verrons en suivant avec l'explication de la méthode, nous utiliserons l'approche empirico-inductive qui permet d'extraire des thématiques communes de recherche aux entretiens menées, nous pouvons d'ores et déjà émettre certaines hypothèses

quant au contexte et au défi actuels qui traversent le journalisme en France et de surcroît celui du service public.

Nous pensons que les journalistes radio du service public rencontrent des grands enjeux liés au contexte actuel. En s'inspirant du cadre contextuel, nous avons modélisé un *mind map* (avec Napkin) des principaux enjeux discutés dans le cadre contextuel.

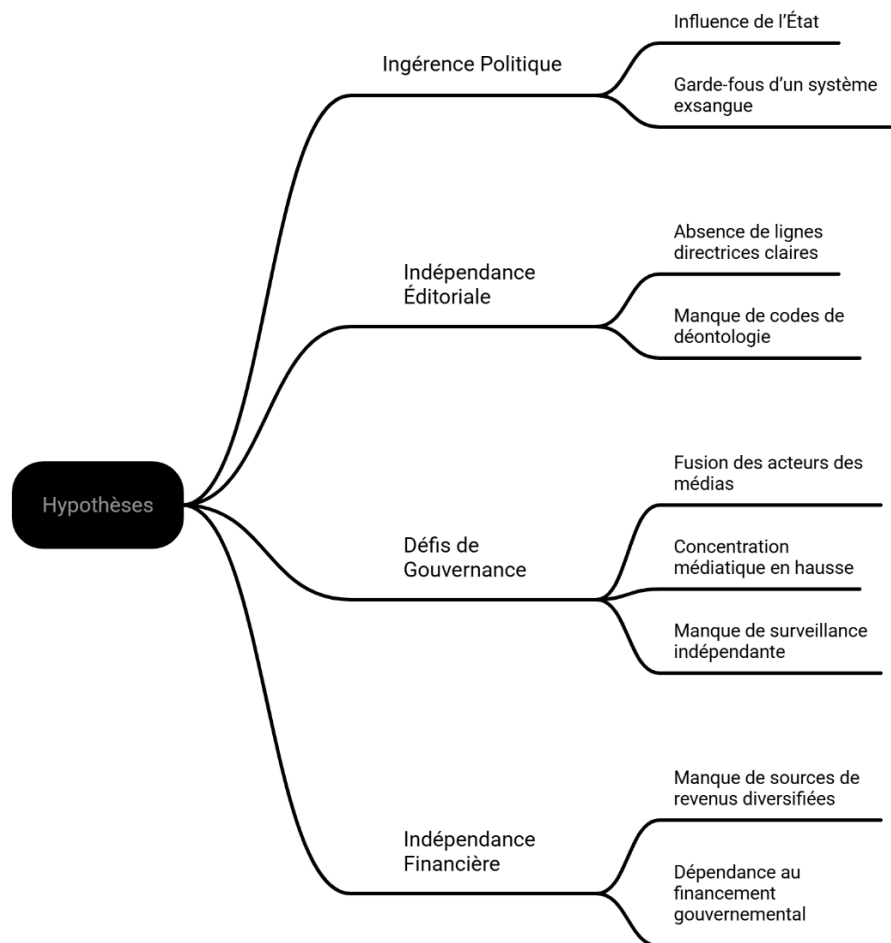


Figure 7 : *Mind Map* des hypothèses (par la prise en compte du contexte)

État de l'art

Nous partirons d'un niveau macro avec une dimension structurelle et plutôt systémique du service public de l'audiovisuel, nous explorerons les concepts inhérents à son existence et les débats sur sa place en démocratie : entre indépendance et pluralisme. Puis, nous nous intéresserons à une dimension micro concernant le journaliste : entre identité, indépendance et enjeux professionnels sur le métier et les concepts associés à sa condition.

En somme, nous essaierons de balayer au mieux les textes scientifiques sur les mutations propres au champ médiatique en prenant en compte le métier de journaliste dans la dimension actuelle et en conceptualisant certains phénomènes du contexte que l'on a évoqué plus haut.

Partant de ces deux grands ensembles conceptuels, il conviendra dans un premier temps de revenir sur les fondements, les évolutions et le rôle du service public audiovisuel, en examinant sa mission, ses principes et les transformations qui affectent son modèle. Ensuite, il sera question de rendre compte des concepts inhérents au métier de journaliste en abordant l'identité professionnelle et en mettant en avant les tensions et mutations du métier.

Ce cadre conceptuel complète le cadre contextuel où certains concepts ont déjà pu être mobilisés. Ce cadre a ainsi pour ambition d'articuler les approches théoriques afin d'éclairer les dynamiques contemporaines qui redéfinissent le rôle des journalistes au sein de l'audiovisuel public français et vice versa : le rôle du service public dans les modalités d'exercice du métier de journaliste.

Le service public radiophonique : État des lieux et évolutions du service public radiophonique français dans le paysage médiatique

L'objectif des sous-parties suivantes est de saisir les valeurs fondatrices et la légitimité historique et doctrinale des missions d'intérêt général du service public des médias. Contrairement à une approche purement juridique, cette mise en perspective théorique se fonde sur une définition conceptuelle du service public, pensée dans son rapport à la démocratie, à la citoyenneté et au pluralisme médiatique.

Un média de masse public

Pour certains chercheurs, les médias peuvent se diviser en quatre catégories principales. Pour McQuail, outre les médias interpersonnels (courrier, téléphone), de groupe (réunion, conférences) ou organisationnels (brochures, rapports), il existe les médias de masse (*mass media*) comprenant : les journaux, la télévision et la radio (McQuail, 2010). McQuail décompose ce qui peut être inclus dans la définition de ce dernier type de média. Pour lui, un média de masse est une institution de communication organisée qui diffuse des messages standardisés à un très large public, de manière centralisée et unidirectionnelle (McQuail, 2010). Il ajoute que les *mass media* ont une fonction d'information, de corrélation et d'interprétation (il évoque d'ailleurs l'agenda-setting que nous développerons en suivant) ; des fonctions de cohésion sociale avec un partage de normes culturelles notamment, et des fonctions de mobilisation. Il apparaît au regard de cette définition que ces différents critères peuvent s'appliquer au service public de l'audiovisuel ; d'aucuns l'appellent d'ailleurs le *mass media public* (Julia Cagé, 2025, p. 24). En outre, à titre d'exemple, l'Arcom le mentionne en commentant les données Statista que nous avons évoquées plus haut « *La radio reste un média de masse incontournable en France* »⁴².

De plus, dans les définitions que donnent le chercheur McQuail (2010), chaque forme de média possède ses spécificités, son auditoire et une influence propre sur la société.

Le service public sert l'intérêt général⁴³. Trois grands principes doivent être garantis par ce service (alinéa 9 du préambule de la Constitution de 1946, rappelé par les lois de 1986, 2000, 2009) : la continuité, l'égalité, et l'adaptabilité, comme l'indique également un rapport d'information sur les missions du service public de l'audiovisuel et l'offre de programmes, (Assemblée nationale, 2006). Pour Delorme-Montini, le service public audiovisuel reposerait sur une structure historiquement divisée en plusieurs pôles : la télévision, la radio et, plus récemment, les plateformes numériques (Delorme-Montini, 2006). Cet encadrement légal traduit donc la volonté d'une conception du rôle civique du service public audiovisuel : celui-ci n'est pas seulement un producteur de contenus, mais aussi une institution avec un objectif d'intérêt général visant à garantir le droit du public à une information libre, indépendante et pluraliste ; condition indispensable du débat démocratique.

⁴² Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique (Arcom). (2025, 5 juin). *Les Français et la radio*. <https://www.arcom.fr/se-documenter/etudes-et-donnees/etudes-bilans-et-rapports-de-larcom/les-francais-et-la-radio>

⁴³ En France, un service public peut être géré par une administration, une entreprise, un établissement public ou bien un organisme du secteur privé.

Cette organisation résulte d'une évolution progressive des médias publics depuis la seconde moitié du XX^e siècle, marquée par des réformes successives de gouvernance et de financement (Eveno, 2024). La radio, qui nous intéresse en l'espèce, occupe une place particulière dans l'histoire des médias : elle constitue le premier véritable média d'information de masse, offrant dès le début du XX^e siècle une diffusion rapide, continue et accessible des actualités. Comme le souligne Jean-François Tétu (2004), la radio inaugure une nouvelle forme de médiatisation fondée sur l'immédiateté et l'universalité de l'accès, ce qui en fait le média d'information le plus ancien encore en activité aujourd'hui (Jeanneney, 1999 ; Wolton, 2012) comme nous le verrons en suivant.

La radio de service public

Média de l'oralité, la radio est aussi un média de l'instant. Comprendre à la première écoute constitue une contrainte qui façonne l'écriture, la hiérarchisation des contenus et la relation entre le journaliste et l'auditeur (Payette et Brunelle, 2007). Cette dimension immédiate crée un rapport particulier à l'information : direct, incarné, proche. La radio peut donc informer sans image, accompagner sans distraire, rassembler sans capturer l'attention visuelle. Elle circule dans les foyers, dans les véhicules, dans les espaces de travail ; elle se pratique en parallèle d'autres activités, ce qui en fait un média profondément inscrit dans le quotidien. C'est également un média qui entretient un lien de proximité avec son audience, à travers les formats d'échanges, les programmes locaux, les chroniques thématiques.

L'UNESCO a institué le 13 février de chaque année comme Journée mondiale de la radio, afin de souligner le rôle essentiel de ce média dans l'accès à l'information, la diversité des voix et le pluralisme des médias, la radio étant encore aujourd'hui « le média atteignant en temps réel le plus grand nombre de personnes dans le monde », ce qui n'est pas sans rappeler sa spécificité technique institutionnelle⁴⁴.

C'est ce que montre Larsen (2000) en expliquant que la radio compose une pratique rituelle. Le chercheur analyse la radio non seulement comme un outil de communication ou d'information, mais comme une pratique rituelle inscrite dans la vie quotidienne. Selon lui, l'écoute radiophonique structure les temporalités sociales : elle rythme la journée, du réveil aux trajets, des routines domestiques au retour du travail.

⁴⁴ UNESCO. (2012). *Journée mondiale de la radio*. Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture. <https://www.unesco.org/fr/days/world-radio-day>

Pour Larsen, ces rituels ne sont pas seulement individuels, ils sont partagés à grande échelle, ce qui confère à la radio une fonction de cohésion symbolique. En écoutant les mêmes bulletins d'information, les mêmes chroniques ou les mêmes voix familières, les auditeurs participent à une expérience commune même s'ils sont physiquement séparés. Ainsi, « la radio transforme des activités quotidiennes en rituels qui donnent forme et sens à l'ordinaire » (Larsen, 2000, p. 259⁴⁵).

Cette dimension distingue la radio d'autres médias : elle ne requiert pas la vue, n'interrompt pas les gestes, mais se fond dans le rythme de la vie sociale. Elle devient une présence constante qui organise le temps et contribue à une forme de continuité dans un environnement informationnel fragmenté. Il apparaît par ailleurs que l'association de la radiophonie à l'espace intime et la sous-évaluation de son rôle dans les rituels quotidiens ont conduit à une compréhension limitée de sa contribution à l'espace public, ce qui pourrait expliquer sa faible visibilité dans les études consacrées aux médias et dans la littérature scientifique à plus large échelle.

Les transformations et spécificités de la radio

Le premier type de contenu qui s'est développé à la radio est celui de l'information, au sortir des années 1930 ; au moment où ce média commence à entrer dans la vie quotidienne et à rapporter ce qui se passe dans le monde presque en direct. Peu à peu, la radio devient ce lien instantané entre l'événement et le public ; une manière d'être tenu informé sans attendre le journal du lendemain. En somme, une information radiophonique n'est pas seulement un message : c'est d'abord un texte qui a été pensé, écrit, puis transmis par la voix. C'est ce mélange d'écriture et de présence humaine qui fait de la radio un média particulier, capable de donner à l'actualité un ton, une émotion, et une forme d'immédiateté qui continue aujourd'hui encore à la définir.

Cela est aussi dû à la manière de produire l'information. Crisell souligne l'instantanéité de ce média : « l'éditeur des informations ne dispose pas de moyens visuels pour souligner que certains éléments sont plus importants que d'autres » (Crisell, 1994, p. 86 et 87). Par ailleurs, l'information diffusée à la radio se distingue par une couverture constante et ininterrompue, tout en étant à la fois ciblée. De plus, la radio dispose d'une capacité de réaction quasi

⁴⁵ Traduit de l'anglais : «help transform day-to-day activities into rituals. Rituals which integrate the participant(s) (the user(s) of radio) into a social and cultural order which transcends the time and space of the particular situation».

instantanée face aux événements grâce à des coûts de production réduits et à un processus de création de contenus moins exigeant.

Pour Bliss, l'avènement de la télévision sur les ondes a entraîné une forme d'abandon de la radio par les annonceurs ce qui a contraint les diffuseurs à procéder à des changements dans le schéma des émissions d'actualité (Bliss, 1991).

Toutefois, les études réalisées ces dernières années ont démontré que le segment des auditeurs et des participants est en fait similaire à celui de la population en général. Tout comme les recherches de Joshua Benton ainsi que Neff et Pickard sur la vitalité économique de la radio, il ressort d'études que les auditeurs de certains programmes (programmes de *talk radio*) sont plus impliqués politiquement que ceux qui ne les écoutent pas (Hollander, 1996). On peut ainsi avancer que l'attrait durable de la radio auprès du public tient à la fois à ses formats spécifiques, favorisant l'implication des auditeurs, et à sa capacité d'adaptation aux évolutions technologiques.

Le rôle démocratique et les valeurs fondatrices du service public

Dans une perspective historique, Serge Regourd explore ce qui a été propre à la libéralisation des antennes de radio et des émissions et télédiffusion. Dans son article sur l'archéologie du service public, il estime que les « médias de masse [...], la connaissance et la compréhension du système de régulation de l'audiovisuel public ne sauraient se suffire du formalisme des règles applicables : l'analyse de la situation contemporaine requiert l'éclairage des strates historiques -ou archéologiques- antécédentes » et que ces dernières « font apparaître, successivement, puis simultanément, une sur-détermination des critères politiques et économiques dans le processus de régulation de l'audiovisuel public [...] la décision politique, brutale, porte conjointement sur des enjeux financiers tels que les ressources publicitaires de la télévision publique » (Regourd, 2013, p. 30). Il convient dès lors de s'interroger sur ce qui a historiquement distingué le service public des autres médias de masse en analysant la lecture scientifique de ses valeurs fondatrices.

Mais avant de définir la raison d'être de manière scientifique du service public audiovisuel, il convient de s'interroger sur ce qu'il représente. Pour ce faire, nous nous pencherons rapidement sur l'histoire de son émancipation publique, puis sur ce qu'il est aujourd'hui.

Conception historique du service public

Le service public a une histoire particulière du fait de son actionnaire étatique et de ses mutations tant politiques que politiciennes. Historiquement, il apparaît que le service public audiovisuel en France a été « englué dans la matrice politique » (Ndiaye, 2021, points 13 et 14) jusqu'aux années 1980. En effet, le démantèlement de l'ORTF (Office de Radiodiffusion-Télévision française) prend effet le 1^{er} janvier 1975, la télévision et la radio sont scindées. Le monopole et les obligations de service public sont maintenus. Radio France est créée.

Héritier de l'ORTF, qui a été pour d'aucuns une gabegie et/ou un instrument politique, le service public de l'audiovisuel naît véritablement avec la loi du 29 juillet 1982 qui met fin au monopole public sur ce média, puis avec une seconde loi qui consacre et définit les « missions de service public » par l'article 43-11 de la loi 1986 relative à la liberté de communication, dite Léotard. Depuis l'adoption de cette loi, le paysage audiovisuel a complètement changé alors qu'il était auparavant dominé par ce service public.

Cette seconde loi est impulsée avec l'idée première de libéralisation des ondes qui fait montre d'une double volonté : politique (politicienne pour Regourd) et économique. Pour Regourd, la privatisation qui a eu lieu plus tard, par la loi du 30 septembre 1986, présente dans l'archéologie du système audiovisuel français « la strate exprimant, toujours [...] le cœur du droit positif » (Regourd, 2013, p. 29). L'auteur rappelle la volonté politique d'alors de « couper le cordon ombilical » (p. 30) entre les médias audiovisuels et le pouvoir exécutif : « durant la période du monopole de service public, connaissait-il toutes les formes de domestication par le Pouvoir Exécutif... C'est bien une rupture avec de telles pratiques (...) que postulait la loi du 29 juillet 1982, inaugurant la nouvelle ère de la régulation en mettant fin au monopole. Ce serait un euphémisme que de retenir que l'objectif n'a pas été parfaitement atteint » (Regourd, 2013, p. 30).

Pour l'auteur, ce nouveau souffle met fin à une « confusion entre monopole public et monopole politique, entre radiotélévision de service public, et radiotélévision d'Etat » (Regourd, 2013, p. 31). Cette libéralisation a favorisé la diversification de l'offre radiophonique, avec l'apparition de radios libres et thématiques qui ont permis une pluralité d'offres. La loi a encadré l'usage des fréquences et fixé des règles en matière de programmation pour éviter les interférences. L'ouverture de ce marché a stimulé l'innovation

et la créativité, incitant les nouvelles radios à expérimenter de nouveaux formats et styles pour toucher des publics variés et répondre à de nouvelles attentes (Regourd, 2013).

Les missions ont depuis lors été consolidées et correspondent à une offre diversifiée de programmes, la favorisation du débat démocratique, des actions en faveur de la cohésion sociale, la promotion de l'égalité entre les femmes et les hommes, une meilleure représentation de la diversité de la société française, notamment d'outre-mer, une mission d'information sur la santé et la sexualité, mais aussi l'honnêteté, l'indépendance et le pluralisme de l'information.

Pour Christophe Deleu, la radio publique se développe aussi à l'aune de son émancipation des ondes privées, et du politique :

Tandis que la fiction se développe à la télévision dans les années 1960, la fiction radiophonique va peu à peu tomber en désuétude sur les radios privées. En revanche, sur la radio publique, la fiction radiophonique va demeurer un genre radiophonique majeur. De nombreuses innovations permettent même au genre d'évoluer (Carpentier, 2008). (Deleu, 2013, p.105).

Progressivement, le service public radiophonique s'est donc construit sur l'idée d'un média au service des citoyens, garant du pluralisme, de l'accès à l'information et du développement de la pratique culturelle, avec par exemple la fiction.

En effet, l'article 44 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication dispose que les sociétés nationales de programme ont pour obligation de « favoriser l'information, la culture, l'éducation et le divertissement, de contribuer à l'expression pluraliste des courants de pensée et d'opinion, et d'assurer la qualité, la diversité ainsi que le caractère éducatif et culturel des programmes ». Le même article précise qu'elles doivent également « promouvoir l'égalité entre les femmes et les hommes, garantir la représentation de la diversité de la société française » et veiller au respect de « l'honnêteté, l'indépendance et le pluralisme de l'information » (loi n° 86-1067, art. 44).

Aussi, cette stimulation voulue et revendiquée corroborée par la diversification de l'offre a permis aux radios de développer ladite offre en s'adaptant aux mutations technologiques. En effet, depuis les années 2000, celles-ci s'accélérent comme l'assure la présidente lors de son audition au Sénat. Par exemple, le podcasting arrive dans la radio publique en 2006, sans que le direct soit primordial ; de même que la radio peut s'écouter depuis le téléphone portable.

Comme nous venons de le voir, depuis la libéralisation des ondes en 1982, le service public tente d'incarner la mission d'intérêt général qui naît dans l'indépendance de sa gouvernance. Comme le souligne le rapport de RSF sur les pressions liées à l'audiovisuel public en Europe, l'indépendance de la gouvernance est la condition *sine qua none* à ce que l'information soit exempte de monopole politique. Le rapport apporte sur ce point un éclairage qu'il est opportun d'ajouter aux lectures scientifiques :

L'indépendance éditoriale et institutionnelle à l'égard des pouvoirs politiques et économiques se concrétise avant tout par l'indépendance structurelle du média de service public, c'est-à-dire sa gouvernance et sa capacité à n'être pas perméable aux ingérences. La gouvernance représente, selon l'UER⁴⁶, « l'ensemble des règles et pratiques déterminant la façon dont un organisme est dirigé : qui prend les décisions, comment les parties prenantes peuvent faire entendre leurs voix et comment l'organisme rend des comptes. Dans le cas des médias de service public, la gouvernance fait référence au système de gouvernance "externe", normalement défini par la législation sur les médias de service public, ainsi qu'aux arrangements "internes" conclus par les instances exécutives et de surveillance des médias de service public (RSF, 2025, p. 5).

Conception actuelle du service public radiophonique

Dans ce même rapport, RSF s'interroge sur cette gouvernance aujourd'hui, - est-elle « du public ou du parti ? » (RSF, 2025, p. 2) - et estime dans le rapport sur les pressions subies par les médias publics que c'est l'un des plus grands défis auxquels sont confrontés les médias publics aujourd'hui en Europe tant le risque de leur instrumentalisation est grand.

Le service public audiovisuel occupe en France une place singulière : il est à la fois vecteur d'information, garant du débat démocratique et instrument de cohésion sociale. Il est tenu à l'impartialité et la neutralité comme le rappelle la loi du 24 août 2021 : « lorsqu'ils participent à l'exécution du service public, [les organismes] s'abstiennent notamment de manifester leurs opinions politiques et religieuses. »

Le service public se distingue par sa vocation universelle : « informer, cultiver et distraire », selon le triptyque historique défini par Jean d'Arcy en 1953, ainsi que le rappelle l'historien des médias Patrick Eveno (Eveno, 2023, p. 80). Ces trois missions fondent la légitimité démocratique du service public pour garantir une information indépendante, pluraliste et accessible. Si ce triptyque permet de comprendre la raison d'être de ce média particulier, il convient également d'interroger le modèle politique dans lequel il évolue.

⁴⁶ UER : 'Union européenne de radio-télévision.

Les chercheurs Hallin et Mancini (2004) dans leur article *Comparing Media System* distinguent trois modèles de régimes médiatiques qu'ils qualifient de modèle pluraliste polarisé, de modèle démocratique-corporatiste et de modèle libéral. Le premier, le modèle *Polarized pluralist* (pluraliste polarisé) correspond au modèle français en théorie qui est caractérisé par une forte politisation des médias, des liens étroits entre la presse et les partis politiques, une professionnalisation du journalisme plus faible et un État plus interventionniste dans le secteur médiatique. En ce sens, et comme le souligne Bourdon (2013), cette configuration a parfois amené les autorités politiques à la remplacer, et les a parfois conduites à intervenir directement dans la gouvernance des médias publics, notamment par le remplacement de certains responsables perçus comme trop autonomes (Bourdon, 1990, p. 84). Si Bourdon évoque le service public de la télévision, la radiophonie peut aussi être impliquée par extension, relevant du même système institutionnel et intentionnel.

En effet, cette tension entre autorité politique et autonomie journalistique semble se retrouver dans la gouvernance même du service public audiovisuel français. Jean-Marie Charon (2005) souligne les flottements stratégiques et les contradictions internes qui traversent les réformes successives. D'abord, il note la construction d'une autorité indépendante annexe destinée à encadrer et réguler le secteur des médias (ex CSA, nouvel Arcom) qui répond à une double impulsion : celle de demandes extérieures et d'auto volonté interne. Comme le rappelle El Hadji Malick Ndiaye : « Le contrôle des obligations des médias audiovisuels de service public est assuré par des organes de régulation qui utilisent des techniques dont la plus répandue est le monitoring, appliqué à tout le secteur médiatique à des degrés divers » (El Hadji Malick Ndiaye, 2021, paragraphe 19).

En outre, le service public adopte une stratégie « hésitante, opportuniste et dominée par l'obsession de s'adapter - trop souvent en le mimant - à la concurrence du privé » (Charon, 2005, p. 25). Cette observation met en lumière le déséquilibre entre mission d'intérêt général (rôle du service public) et adaptation aux logiques de marché. Malgré ces logiques de marché qui sont entières dans les démocraties empreintes à l'idéologie libérale économique, l'information journalistique qui est distribuée doit être neutre. D'ailleurs, pour Julia Cagé et Benoît Huet, l'information constitue un bien public nécessitant un traitement spécifique de la part de l'État (Cagé et Huet, 2021); Cagé évoque le fait que « l'information fournie aux citoyens afin d'éclairer le débat démocratique ne peut être laissée entièrement entre les mains

du marché » (Cagé, 2015, p. 75). C'est en ce sens que la raison d'être du service public transparait. L'auteure observe, en parlant des médias d'informations autres que le service public, que « la course aux profits les conduit à oublier leur objectif premier : la fourniture d'une information indépendante et de qualité » (Cagé, 2015, p. 81). De fait, il apparait que la question centrale touche l'accès de tous à une information juste, indépendante.

En effet, le traitement spécifique de la part de l'État qu'évoquent Huet et Cagé (2021) nous renvoie à la question du financement du service public, et spécialement l'audiovisuel et a fortiori la radio dans la mesure où nous ne rentrerons pas dans cette recherche dans les strates techniques qui sont composées par le financement intrinsèque du service public. De ce point de vue-là, Regourd mentionne le fait que « les logiques politiques et les logiques économiques et financières ne sont évidemment pas exclusives l'une de l'autre, même si du fait du monopole public, les secondes n'ont pu pleinement se manifester que plus tardivement » (Regourd, 2013, p. 32) ; c'est en ce sens qu'à l'aune de ces logiques, il est intéressant d'en voir les conséquences sur le service public.

Mutations contemporaines du service public audiovisuel

Le service public audiovisuel français traverse une phase de mutations liée au contexte général politique et financier. La suppression de la redevance audiovisuelle en 2022, remplacée par un financement budgétaire, a relancé le débat sur la dépendance du service public au pouvoir exécutif et sur les risques que cela fait peser sur son indépendance éditoriale (Eveno, 2023). Cette réforme s'inscrit dans un contexte de concurrence accrue entre médias publics et privés, où les logiques de rentabilité tendent à s'imposer aux impératifs d'intérêt général (Charon, 2005, corrélaté par un rapport de RSF sur « les pressions sur les médias publics »). Cette tension entre valeurs démocratiques et contraintes économiques fragilise la légitimité du système public, fondé sur la diffusion d'une information gratuite et indépendante. Elle interroge en somme la capacité du service public audiovisuel à remplir sa mission démocratique, dans un environnement soumis à la rentabilité.

C'est en ce sens que selon l'économiste des médias Patrick Eveno, la résilience du service public passe d'abord par une réinvention des formes de gouvernance et de financement (Eveno, 2023). En effet, l'auteur plaide dans son article dédié à la redevance, pour un modèle

stabilisé, indépendant du pouvoir exécutif, et garantissant la prévisibilité des ressources afin de garantir l'autonomie éditoriale.

La question de son financement interroge son fonctionnement et sa capacité d'agir. C'est ce que Joshua Benton (Benton, 2022) met en avant dans son article au titre évocateur : « *Les pays où les médias publics sont mieux financés ont-ils également des démocraties plus saines ? Bien sûr que oui* » où il se base sur une étude menée par Méta media en 2022. Son article reprend aussi les conclusions non équivoques de Timothy Neff et Victor Pickard (2021) : plus l'audience de la télé et de la radio publiques est élevée, plus les citoyens s'intéressent à la politique, croient en la démocratie, et accordent confiance aux décisions de leur État. Leur article conclut à la corrélation qui se révèle positive entre la part d'audience des médias publics, leur financement stable, et des indicateurs de « santé démocratique » (Neff, Pickard, 2021).

Face à ces défis, il semble que le service public de l'audiovisuel et *a fortiori* celui de la radio représente un instrument en faveur du fonctionnement de la démocratie, dont la mission dépasse la simple logique économique. Il vise à prémunir d'une logique de marché, un bien essentiel qu'est l'information. Cela se vérifie dans le cadre législatif qui corrobore celui théorique : les missions de service public sont définies la loi du 30 septembre 1986, précisée par le décret n° 2009-796 du 23 juin 2009, et soutenues par le protocole du traité de Lisbonne (2005), qui affirme que la radiodiffusion de service public est « directement liée aux besoins démocratiques, sociaux et culturels » et à la préservation du pluralisme. Les valeurs constitutives du service public relèvent aussi selon Eveno, de sa « mission démocratique » (Eveno, 2023, p. 80).

En outre, les débats théoriques sur l'approche entre la citoyenneté, la sphère publique et le politique en lien avec le service public n'ont pas été grandement développés par les scientifiques. Il existe un débat intéressant sur la configuration institutionnelle et politique qui s'inscrit dans un contexte plus large de mutation du régime de l'espace public, tel que théorisé par Habermas (1962) qui décrit l'idéal d'une sphère de délibération rationnelle et collective où les médias jouent un rôle de médiation entre citoyens et pouvoir. Elle est aujourd'hui remise en cause par la désintermédiation, entre autres, par le numérique, qui entraîne la disparition ou l'affaiblissement des *gatekeepers* médiatiques (Mancini, 2004).

Dans plusieurs contributions de la revue MédiaMorphoses, trois auteurs Elisabeth Jacka, Nicholas Garnham et Séverine de Proost proposent une lecture sur la place de l'audiovisuel public en société et le lien avec la démocratie. Leur point commun est d'observer une polarisation du champ, qui présente des désaccords sur des notions telles que la sphère publique, le rôle des médias, ou encore la citoyenneté ; ainsi qu'une tension entre modernisme et postmodernisme que nous verrons rapidement.

Ces textes, bien que relativement anciens (2005), éclairent encore les débats contemporains. Elisabeth Jacka soutient que le service public audiovisuel, tel qu'il existe, « ne mérite plus d'être défendu » (Jacka, 2005, p.69). Elle critique la notion de démocratie « moderniste », qu'elle juge vide, et s'appuie sur Hartley pour défendre une démocratie post-moderne marquée par la fragmentation sociale, la porosité public/privé et la montée de la persuasion (p.72). Selon elle, les chaînes privées remplissent déjà nombre de fonctions d'intérêt public tandis que de nouvelles formes de participation, comme la « citoyenneté culturelle », rendent obsolètes les justifications traditionnelles du service public p. 69 et 73). À l'inverse, Nicholas Garnham défend une démocratie « moderniste » toujours en construction (Garnham, 2005, p.86 et 87) et rappelle que la politique démocratique implique des décisions affectant tous les citoyens, ce qui rend indispensable un espace médiatique garantissant un débat informé et accessible, qui prendrait lieu et place du service public médiatique actuel. Pour lui, la privatisation compromet cette fonction démocratique (p.88). Le modèle britannique, combinant BBC et régulation du secteur privé, lui apparaît plus vertueux.

De Proost estime que la « crise » du service public audiovisuel provient d'une « déficience originelle » : sa réduction au seul lien avec l'État (De Proost, 2005, p.95). Elle suggère de refonder sa légitimité non sur l'État mais sur la sphère publique politique, définissant ce service comme un « bien premier » indispensable à la démocratie (De Proost , 2005, p.95 et 98). Selon elle, sans service public, nous glisserions vers un système médiatique à deux vitesses où les publics défavorisés seraient cantonnés à une offre low-cost (De Proost, 2005, p.98).

Il apparaît qu'une contradiction existe entre ces trois auteurs. Si Jacka promeut l'obsolescence du service public audiovisuel face à l'évolution postmoderne et aux capacités des chaînes privées, Garnham défend lui son rôle fondamental, insistant sur la primauté du politique et la nécessité dans un débat public informé. De plus, De Proost rejoint Garnham sur l'impératif

démocratique du service public audiovisuel, mais propose une refonte institutionnelle en le définissant, détaché de son instrumentalisation étatique historique.

En somme, même s'il ne sera pas ici question de se pencher sur toutes les composantes de la désagrégation de l'espace public en arènes parallèles (Fraser, 1990 et Habermas, 1962 susmentionné) car il serait trop long d'aborder tous les concepts inhérents. Nous pouvons noter qu'une forme de combat sur son indépendance et sa privatisation se joue, ce qui entraînerait d'autres enjeux structurels importants. En ce sens, est questionnée la course à l'audience, la multiplication et la concentration des groupes médiatiques. En effet, en l'état, la théorie de l'*agenda setting* (McCombs & Shaw, 1972) nous permet d'avoir une vision plus fine du développement et changement du modèle médiatique en France. Il apparaît ainsi que les médias, de manière générale, par leurs choix éditoriaux et la mise en récit de l'actualité, contribuent à hiérarchiser les sujets d'intérêt public et à orienter la perception du réel, et donc du public. Lorsque ces mécanismes sont perçus comme biaisés ou alignés sur des intérêts institutionnels, ils alimentent la méfiance du public ; cela peut se retrouver à l'égard des médias de service public, qui sont financés par les Français eux-mêmes, et qui ont pour mission principale : « d'offrir au public un ensemble de programmes et de services qui se caractérisent par la diversité, l'exactitude, l'honnêteté, l'indépendance, le pluralisme, la qualité et l'innovation. »⁴⁷

Comme nous venons de le voir, quoique la lecture scientifique sur la performativité du service public audiovisuel français ne soit pas pléthorique, nous remarquons que son financement et sa pratique concourent à une finalité démocratique ; malgré le fait que cette même finalité soit débattue par l'action même du service public.

Ainsi, bien que les missions du service public audiovisuel soient aujourd'hui clairement définies par la loi, leur traduction concrète dépend largement de celles et ceux qui les mettent en œuvre au quotidien : les journalistes. Si le cadre légal et institutionnel fixe la finalité démocratique du service public, c'est la pratique journalistique qui en constitue la matérialisation réelle dans l'espace public. Or, cette pratique s'exerce dans un environnement transformé : mutations numériques, pression de l'audience, concurrence exacerbée, montée des logiques de marché, reconfiguration du rôle des médias dans l'espace public et, plus

⁴⁷ ainsi que le rappelle l'article 43-11 de la loi n°86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, que nous avons vu plus haut.

récemment, intensification des attaques politiques contre la neutralité du service public, comme évoqué dans le cadre contextuel.

Ces évolutions redéfinissent les conditions d'exercice du métier et exacerbent les tensions de l'ordre des valeurs professionnelles ou des contraintes dans la pratique. Dans un second temps, nous aborderons un axe qui tient de l'ordre du micro. Après nous être intéressés au service public comme institution, nous nous déplacerons vers le journalisme -de service public- comme profession. Autrement dit, comprendre non plus seulement *ce que doit être* le service public selon la loi et la théorie, mais comment les scientifiques le définissent. Cette réflexion nous conduit à analyser l'identité professionnelle des journalistes et ce qui entoure le métier : c'est l'objet de la prochaine partie, qui portera sur le journalisme de service public : entre identité, indépendance et enjeux professionnels.

Le journalisme de service public : entre identité, indépendance et enjeux professionnels

Nous aborderons les spécificités du métier de journaliste, de surcroît exercé sur le service public. Le métier de « journaliste » comprend « toute personne physique ou morale qui est régulièrement ou professionnellement engagée dans la collecte et la diffusion d'informations au public par tout moyen de communication de masse » (Heyns & Srinivisan, 2013)⁴⁸. En France, les journalistes disposent d'une carte de presse qui atteste que le journalisme constitue l'activité principale et régulière de son titulaire. Son obtention repose sur la production effective d'informations. La carte constitue ainsi une forme de garantie du statut officiel de journaliste.

Dans un premier temps, il apparaît que plusieurs données ressortent du métier de journalisme, comme l'identité professionnelle du métier ou la précarité, ainsi que d'autres concepts ayant trait aux enjeux multiformes qui entourent le métier et aux stratégies empruntées pour les contourner. Ainsi, nous essayerons de comprendre ce qui traverse le métier entre autonomie professionnelle et contraintes institutionnelles dans le service public audiovisuel et comment les journalistes résistent, individuellement et collectivement, aux pressions du système qui redéfinissent leur autonomie.

⁴⁸ Traduit de l'anglais : « any natural or legal person who is regularly or professionally engaged in the collection and dissemination of information to the public via any means of mass communication »

La lecture scientifique fait montre de plusieurs enjeux principaux. D'abord, nous évoquerons l'identité professionnelle propre au métier et les valeurs qui définissent la profession. Nous verrons ensuite deux grands enjeux actuels que sont la précarité du métier et la bataille pour l'indépendance de celui-ci.

Identité professionnelle et valeurs journalistiques

Les définitions du métier de journaliste à travers le prisme de la sociologie des professions montrent que le journalisme est une activité marquée par sa dimension identitaire. En effet, cette identité professionnelle désigne la manière dont les individus se définissent et sont définis dans leur travail ; elle se construit à la croisée d'une dimension qui se veut cognitive, et qui renvoie aux savoirs et savoir-faire mobilisés. Elle se compose principalement d'une dimension normative qui englobe les valeurs, règles et principes qui guident la pratique ainsi que d'une dimension interactive, qui se fonde sur les interactions, la reconnaissance et l'appartenance à un collectif de métiers.

C'est un concept ancien dans les définitions de la littérature scientifique. Dès le regroupement et la congrégation de certains métiers, un espace se crée où se partage des références communes. Renaud Sainsaulieu (1985), dans son ouvrage L'identité au travail, souligne que les identités professionnelles se construisent dans des contextes où la profession constitue un espace de référence, de valeurs et d'appartenance. Bernard Zarka (2018) évoque aussi l'identité de métier qu'il renvoie à la cohésion symbolique d'un groupe professionnel et à la légitimité qu'il tire de leurs règles et de leur éthique propre. Selon Claude Dubar, qui a beaucoup écrit sur les phénomènes de socialisation, l'identité professionnelle ne se réduit pas à un statut : elle résulte d'un processus de socialisation au sein duquel les acteurs construisent le sens de leur travail par l'interaction, la reconnaissance et l'intégration des normes collectives (Dubar, 1991). Le journalisme, notamment dans les travaux de sociologie du journalisme, est analysé en tant que métier auquel est lié une idéologie forte.

Appliquée aux journalistes, cette approche met en lumière les travaux du sociologue Christian Delporte (1999) dans son ouvrage sur le sujet Les journalistes en France (1880-1950), explique que la profession s'est construite historiquement dans une quête d'autonomie vis-à-vis du pouvoir politique et économique, cherchant à s'imposer comme un acteur central du débat public. L'auteur souligne que le journaliste n'est pas seulement un producteur d'informations, mais un médiateur du débat démocratique, au service d'un intérêt

général qui fonde la légitimité du métier. En outre, Charon évoque à ce titre une éthique de responsabilité : le journaliste répond à la fois devant ses pairs et devant le public, en garantissant -en principe- la véracité et l'impartialité des informations diffusées (Charon, 2003).

Il existe peu de travaux à proprement parler sur la sociologie ou la raison d'être de ce métier appliqué à la branche publique car un journaliste est avant tout défini par son métier, plus que par son employeur. Nous considérerons donc que les écrits empiriques sur le journaliste s'appliquent aussi à celui travaillant dans le service public, c'est-à-dire qui s'inscrit donc dans une tradition professionnelle où l'identité du journaliste repose sur un équilibre entre éthique, responsabilité et indépendance.

Pour autant, pour Pelissier et Demers, le métier de journaliste renvoie à une réalité « Le journalisme serait un service public - dans le nouveau contexte, cet axiome est questionné - dont la légitimation, dans nos sociétés démocratiques, passe par la recherche de la vérité, via la vérification de l'exactitude des faits observés et rapportés. » (Pelissier et Demers, 2014, paragraphe 7), ce qui rappelle dans cette perspective, que l'exercice du métier de journaliste est régi par un corpus déontologique qui tient lieu de chartes desquelles des devoirs doivent s'appliquer au travail du journaliste. Deux grandes chartes (celle de Munich de 1971 et celle d'éthique du SNJ de 2011) enjoignent les journalistes à l'indépendance, l'impartialité et à la responsabilité sociale du journaliste.

Cela renvoie à la théorie sociale de la presse (TRS), (Siebert, Peterson, Schramm, 1956), qui postule que les médias ont le devoir de fournir une information véridique, équilibrée et accessible, contribuant ainsi au bien public et à la démocratie, et cela se fait aussi par les personnes qui travaillent l'information. En France, les journalistes sont tenus de respecter les principes de l'Arcom, l'autorité de régulation des médias, qui fait appliquer les grands principes des chartes susmentionnées. Salomé Saqué rappelle que le métier implique de véhiculer des valeurs et de contribuer au bon fonctionnement des institutions démocratiques en éclairant l'opinion publique (Saqué, 2024) Elle met en avant la dimension civique et éthique du journalisme, vecteur de valeurs et garant du bon fonctionnement démocratique. Ce rôle de vigilance démocratique rejoint la conception défendue par la Cour européenne des droits de l'Homme, qui considère les journalistes comme des « chiens de garde de la démocratie », en ce que la jurisprudence reconnaît explicitement que la presse et les journalistes jouent un rôle essentiel dans une « société démocratique » en facilitant l'accès du

public à l'information et en participant au débat public, rôle qui bénéficie d'une protection renforcée au titre de l'article 10 de la Convention européenne des droits de l'homme⁴⁹. Cette conception est également largement reconnue dans la littérature académique sur les médias qui analysent les fonctions du journalisme au sein des systèmes politiques démocratiques et soulignent aussi le rôle de surveillance qu'il exerce à l'égard des pouvoirs publics car il peut exercer un rôle de contre-pouvoir, en surveillant les institutions et en révélant leurs dérives. Cette mission suppose une indépendance politique, économique et professionnelle, que McQuail considère d'ailleurs comme le socle de la crédibilité journalistique (McQuail , 2013).

Également, comme évoqué dans le cadre contextuel, travailler sur les journalistes de radio induit une particularité du métier. Afin de spécifier notre cadre, nous pouvons prendre en compte les travaux de Christophe Deleu, qui mettent en évidence les spécificités du journalisme radiophonique public (Deleu, 2013). Comme nous l'avons vu, la radio publique privilégie une relation de proximité et de pédagogie avec le public et se distingue des logiques commerciales par sa temporalité plus longue, son souci du pluralisme et sa capacité à maintenir un lien avec l'auditeur. Cette forme de journalisme illustre la manière dont l'identité professionnelle se traduit dans la pratique quotidienne du service public radiophonique. Cette identité est aussi redéfinie à l'aune des transformations structurelles du champ médiatique et des pressions diverses. En effet, l'indépendance journalistique constitue un pilier central de l'éthique professionnelle, mais elle s'exerce dans un environnement marqué par des pressions politiques, économiques et institutionnelles qui tendent à redéfinir les contours du métier.

Environnement et défis du journaliste

Nous verrons premièrement la précarité qui touche le métier puis les notions d'indépendance qui l'entourent.

La précarité du métier

Les textes scientifiques traitent le journaliste par le prisme de la précarité inhérente au métier. Il apparaît en effet que plusieurs facteurs peuvent expliquer cette précarité. D'abord, Landry (2021) estime que les journalistes traversent aujourd'hui une crise renouvelée. Ils

⁴⁹ Conseil de l'Europe / Cour européenne des droits de l'homme. (2025, 28 février). *Contributions au débat public : journalistes et autres acteurs* (CEDH-KS, thème clé). <https://ks.echr.coe.int/documents/d/echr-ks/contributions-au-debat-public-journalistes-et-autres-acteurs>

doivent en effet composer simultanément avec la précarité de leur emploi, une intensification de leurs charges quotidiennes et la nécessité croissante de faire face aux phénomènes de désinformation. Pour Urteaga, la précarité du métier serait dû, et ce en 2001 déjà, au nombre limité d'emplois dans les chaînes (Urteaga, 2001)

Cette dynamique, que l'on peut qualifier de précarisation généralisée, touche aujourd'hui l'ensemble du marché du travail, y compris des secteurs traditionnellement considérés comme protégés. Accardo souligne ainsi que même les métiers de l'intellect (associé au prestige et un statut stable) sont désormais exposés à l'instabilité économique et professionnelle (Accardo, 2007, p.273).

Dans le même esprit, Chupin (2014) observe l'émergence d'une nouvelle figure : celle des « intellectuels précaires », dont les journalistes font partie (Chupin, 2014).

D'une façon plus globale, Thirot (2009) souligne que l'étude de la précarité professionnelle s'appuie souvent sur une lecture en termes d'inégalités, révélant comment certaines catégories de travailleurs basculent dans des situations instables. Selon elle, le concept demeure ambigu car certains discours présentent les professions comme offrant de nombreuses opportunités ou une grande autonomie, alors que la réalité montre souvent des conditions de travail fragiles, réduisant concrètement les marges de manœuvre des individus et contribuant à la précarisation généralisée de ces métiers dont les journalistes font partie.

L'indépendance du journaliste

Dans le cadre de notre sujet, nous pensons qu'il peut être intéressant de s'interroger sur la notion de *bataille du récit* qui trouve un écho dans les notions de *framing*, c'est-à-dire la manière dont les médias sélectionnent, hiérarchisent et mettent en forme l'information : « les journalistes sélectionnent différents éléments de la vie politique pour en faire une nouvelle et contribuent ainsi à déterminer ce dont les gens vont se souvenir et l'interprétation qu'ils feront d'un enjeu ou d'un problème social. » (Entman, 1993, p. 54). Cela renvoie au fait que le travail journalistique consiste à sélectionner certains aspects de la réalité politique pour les transformer en information médiatisée, contribuant ainsi à façonner ce que le public retient et la lecture qu'il fait des enjeux sociaux. La théorie du cadrage est aujourd'hui centrale dans cette analyse sur les journalistes qui peut notamment orienter l'attribution de responsabilités aux acteurs politiques lorsqu'il est question de problématiques sociales traitées dans l'actualité (Hébert et al., 2015), cela : « suggère (...) que la manière de caractériser les

nouvelles (ou informations médiatisées) puisse avoir une influence sur la façon dont ces nouvelles sont interprétées par le public des médias, entre autres dans la capacité des cadres à orienter ou non l'attribution d'une responsabilité aux acteurs politiques face à certaines problématiques sociales abordées dans la couverture médiatique » (Hébert et al., 2015, p. 14). Comme l'explique aussi Karen Johnson-Cartee dans *News Narratives and News Framing* (2004), les médias ne se contentent pas de rapporter des faits : ils construisent des récits qui orientent la compréhension du public en soulignant certains aspects de la réalité tout en occultant d'autres. Le framing peut ainsi prendre la forme d'un acte par les journalistes, puisqu'ils façonnent les cadres cognitifs à travers lesquels les citoyens interprètent les enjeux publics (Johnson-Cartee, 2004).

Ces notions questionnent le pluralisme sur les chaînes d'information. Celui-ci n'apparaît pas être une option, c'est un principe constitutionnel : « l'une des conditions de la démocratie », selon le Conseil d'État⁵⁰. Son respect vise à assurer l'expression de tous les courants de pensée et d'opinion et la tenue de débats équilibrés.

Dans ce contexte, le rôle du journaliste devient central : il est responsable de produire des contenus qui permettent d'éveiller les personnes qui les reçoivent. En cela, la théorie du framing éclaire directement les tensions contemporaines du métier : le journaliste doit naviguer entre la construction narrative pour rendre intelligible le réel et le risque de voir cette construction captée, instrumentalisée ou biaisée par des stratégies de communication. Pour Denis Ruellan (1993), cette tension illustre le dilemme du journaliste pris entre sa logique de métier et la logique de l'organisation.

Aussi, la littérature scientifique consacre une partie des recherches à la place et l'influence des organes de régulation existant. Jean-Marie Charon (2016) observe que ces régulations informelles (il évoque notamment le CSA, ex Arcom) constituent des espaces de contre-pouvoir au sein même des institutions, où les journalistes peuvent ou non réaffirmer leur éthique face aux pressions externes. Ces éléments, bien que pertinents, ont été traités précédemment dans leur dimension contextuelle, ce qui apparaît suffisant pour la suite de l'analyse.

⁵⁰ décision n° 86-217 DC du 18 septembre 1986 rappelle que : « le pluralisme des courants d'expression socioculturels est un objectif de valeur constitutionnelle » et que son respect est l'une des conditions de la démocratie et récemment 13 février 2024 (aff. *Reporters sans frontières / Arcom*).

Conclusion de l'état de l'art

En définitive, l'état de l'art de cette recherche permet de comprendre que le service public radiophonique et le travail que les journalistes y exerce, s'inscrivent dans un système complexe où s'entremêlent influences des contraintes économiques, missions démocratiques, et transformations profondes de l'espace public, à l'aune d'un contexte mouvant. L'analyse macro nous a permis de voir que l'existence de ce service public repose sur des valeurs fondatrices, continuellement réinterprétées au fil des mutations technologiques, politiques et économiques, comme le soulignent certains travaux, même s'ils sont peu nombreux jusqu'à présent. Ces derniers révèlent à la fois la fragilité de ce modèle quand il est exposé aux logiques de marché, et son rôle démocratique consacré et essentiel, confirmé d'ailleurs par des auteurs internationaux. Il demeure que la légitimité du service public audiovisuel se joue autant dans ses fondements normatifs que dans sa capacité à garantir un accès équitable à l'information.

Ces enjeux structurels se traduisent dans la pratique professionnelle. L'identité des journalistes est aussi traversée par ces enjeux : pressions d'audience, mutations technologiques, changement de pratique dans le journalisme, émergence des réseaux sociaux, désintermédiation de la parole publique et polarisation du paysage. Ces mutations s'accompagnent d'une précarisation qui affecte les marges de manœuvre des journalistes et redéfinit les conditions concrètes d'exercice du métier. On remarque cependant que celles-ci ne suppriment pas l'autonomie professionnelle, mais la conditionnent. En somme, la résilience du service public radiophonique ne dépend pas seulement de son cadre institutionnel, mais de sa capacité à réaffirmer sa raison d'être dans un environnement médiatique en recomposition. En définitive, ces deux niveaux s'articulent étroitement, car ce sont les journalistes qui, au quotidien, donnent corps à la mission démocratique du service public, tandis que les transformations du secteur reconfigurent dans le même temps leur identité professionnelle. C'est dans cet entre-deux que nous nous sommes situés pour l'analyse des résultats.

Méthodologie

« Si les témoignages de journalistes sur leur pratique professionnelle abondent, si des enquêtes, trop souvent produites elles-mêmes sur un registre “journalistique”, ne manquent pas sur les gens de média, rares sont les travaux scientifiques, à la fois construits théoriquement et basés sur un solide travail de terrain, qui viennent éclairer cet univers social » (Neveu, 1993, p.118)

Erik Neveu évoque ici le travail de Daniel Ruellan, sur l'identité professionnelle des journalistes. Il estime le travail sur cette identité « riche de pistes et d'ouvertures [...], d'aboutissements et de théorisations achevées » (Neveu, 1993, p.119). Il nous apparaît dès lors intéressant d'interroger le travail de terrain cité, dans le cadre du service public de la radio pour comprendre cet univers social, par un questionnement théorique plus profond. C'est ce que nous allons essayer de comprendre avec la méthodologie utilisée.

En effet, ce mémoire de recherche est avant tout une étude qualitative. Il se base sur une méthode empirico-inductive qui vise à mettre en lumière la manière dont le contexte affecte le travail quotidien des journalistes et *a fortiori* la perception de ceux-ci dans la réalisation et l'évolution de leur métier. Selon Guillemette, Luckierhoff, Plouffe et Fall (2021), la démarche de recherche qualitative repose avant tout sur la collecte de données permettant d'appréhender l'expérience vécue des individus. Les auteurs soulignent que ce type de recherche vise à interroger des personnes spécifiquement concernées par un phénomène donné, afin d'en saisir la signification à partir de leur propre vécu.

Avant toute chose, pour mettre en œuvre la méthodologie de recherche et faire les entretiens, il nous a semblé important d'effectuer un travail sur les prénotions, afin de nous en départir (Paugam, 2012, p. 9), conformément à un travail objectif ; cette déconstruction nous permettra de fournir un travail neutre et cohérent avec ce que la personne interrogée entend transmettre. Nous avons donc tenté de rédiger des questions ouvertes et neutres, et de faire des relances qui soient dénuées d'idées préconçues, afin d'obtenir des résultats de recherche équilibrés et fidèles aux pensées premières des personnes interrogées.

Échantillon

Considérant l'approche basée sur la perception des journalistes, la réalisation d'entrevues nous a semblé la méthode la plus adaptée pour obtenir des résultats qualitatifs. Le choix s'est donc porté sur la réalisation d'entretiens semi-directifs. Les personnes sollicitées l'ont été pour la pertinence de leur expérience en lien avec la problématique de recherche et pour leur capacité à exprimer ladite perception (Savoie-Zajc, 2010, p. 348).

En ce qui concerne la taille de l'échantillon, nous avons retenu huit participants, ce qui permet un panorama large et une confrontation des points de vue et des perceptions qui est plurielle. Ce choix se justifie également par des considérations pratiques au regard du temps imparti, et de la disponibilité des personnes interrogées.

Ces participants ont une caractéristique commune ; leur profession : journaliste du service public radiophonique. De plus, nous avons ajouté deux conditions qui sont les suivantes : être journaliste d'information (c'est-à-dire, pour la France et dans notre cas d'espèce : détenir une carte de presse), et avoir au minimum deux ans d'expérience conformément à ce que nous venons d'écrire (Savoie-Zajc, 2010). Cette spécificité d'informer signifie que les journalistes appartiennent à des chaînes d'information du service public. Nous avons essayé de prendre des journalistes issus de branches connexes, à savoir l'information faits divers, politique et économique, au siège (France Inter et FranceInfo) ou dans les territoires (Ici). Nous avons retenu ces deux localisations afin de comparer des expériences communes à partir de terrains différents.

Nous avons essayé de jouer un maximum avec les paramètres statistiques afin que soient représentés un panel divers en termes de genre, d'âge et d'expérience comme le représente le tableau ci-après (Tableau 1)

En effet, après avoir fait approuver notre approche et notre questionnaire par le Comité d'éthique de la recherche de la Faculté des lettres et sciences humaines de l'Université de Sherbrooke, nous avons contacté par mail ou par message les journalistes en utilisant le modèle validé par ce comité (numéro d'approbation 2025-5213). Nous possédions par ailleurs déjà des contacts via une plateforme de relations presse que nous utilisions lors de notre stage de fin d'études.

Les entrevues ont pris la forme d'entretiens téléphoniques. La durée moyenne a été de 43,57 minutes.

Formulaire de consentement

À la suite de l'entretien, et conformément aux termes du premier message envoyé aux participants, un formulaire de consentement a été envoyé à chaque participant. Ce formulaire présente les principaux objectifs de la recherche et les cases validant l'approbation par les journalistes de la confidentialité des données qu'ils transmettront, à savoir : l'entretien enregistré et donc ce qui s'y est dit.

Par souci éthique et afin de préserver la liberté de parole, l'ensemble des identités des participants a été confidentialisé. L'analyse ne s'attache donc pas tant sur leur identité individuelle -bien que certains paramètres soient pris en compte-, que sur leur perception générale en tant que professionnels.

Choix des entretiens

Il demeurait difficile d'avoir une prévision des informations attendues bien que certaines hypothèses aient été déduites du cadre contextuel et des rapports d'ONG de défense de la presse.

Etant donné la méthode choisie, il fallait se départir de ses prénotions, le but a été de bien comprendre et analyser les enjeux de chaque entretien et de rebondir lors de ceux-ci. Il fallait également prendre en compte le fait que les personnes étaient spécialistes dans leur domaine, lequel domaine était interrogé par une personne non experte (moi) : il y avait *de facto* une certaine forme de subordination qu'il fallait avoir en tête dans la recherche de données. C'est ce que soulignent d'ailleurs Chamboredon *et al.* dans leur article sur cette thématique et où ils consacrent un paragraphe à l'étudiant sociologue « La majorité des enquêtes occupe une position de domination qui ne peut être objectivée que par rapport à nos propres attributs et qui n'a pas toujours les mêmes fondements. » (Chamboredon *et al.*, 1994, p. 116). Nous avons ainsi tenté de nous préparer au mieux à cette recherche en nous renseignant au maximum sur les personnes interrogées et en suivant les actualités de leur domaine.

Entretiens semi-directifs

Pour ce faire, les entretiens semi-dirigés constituent la méthode de collecte de données utilisée dans ce mémoire centré sur la perception des acteurs concernés par l'objet d'étude. Par la suite, nous avons analysé les entretiens à l'aide d'un questionnement analytique que nous évoquerons en suivant (Paillé et Mucchielli, 2016). Ces entretiens s'inscrivent donc dans le paradigme interprétatif visant à interroger des participants dont « l'expertise [est] pertinente par rapport à l'objet d'étude et parce qu'[ils] acceptent de verbaliser celle-ci » (Savoie-Zajc, 2010, p. 348).

Ainsi, les entretiens nous ont permis de lancer une enquête de terrain afin de rassembler des informations qu'il n'est pas possible de recueillir autrement et d'« appréhender la vision du monde des agents impliqués dans les domaines étudiés et de contribuer à construire l'espace de leurs positions respectives » (Chamboredon *et al.*, 1994)

Pour répondre à la problématique de recherche, nous avons construit une grille d'entretien fondée sur une articulation entre questions larges et questions plus ciblées, permettant d'explorer les perceptions des participants tout en conservant une cohérence méthodologique.

Le choix de l'entretien semi-directif s'est logiquement imposé comme la méthode la plus adaptée, puisqu'elle offre une structure souple : les questions, préalablement établies, peuvent être reformulées ou réorganisées selon le déroulement de l'échange. Cette flexibilité favorise un dialogue approfondi, tout en garantissant la comparabilité des réponses.

En somme, ces « matériaux » à analyser nous ont permis d'avoir une vision des perceptions du service public et de la façon dont nous allons confronter les données recueillies par chaque professionnel du métier. Ainsi, nous avons tenté d'éclaircir les points évoqués en répondant à la citation des chercheurs Brigitte Albero et Olivier Las Vergnas qui témoignent de l'importance de mettre en avant « une perspective critique qui vise à mettre en évidence ... les tendances, consensus et controverses, mais aussi les incertitudes, interrogations et perspectives émergentes, ainsi que les biais et les carences. » afin de « repérer les notions et concepts usités (champ sémantique des concepts centraux) en conduisant à les clarifier et éventuellement à en spécifier certains usages » (Albero et Las Vergnas, 2022, p. 80).

Méthode d'analyse des entretiens

Cette approche, basée sur la perception, permet à ce que les cadres conceptuel et contextuel, ainsi que les résultats qualitatifs de nos entrevues puissent s'entremêler et converger (Locsin et Schoenhofer, 2024). En effet, afin d'analyser ces données qualitatives, nous avons choisi l'analyse thématique (Paillé et Mucchielli, 2016) qui permet de faire émerger progressivement les catégories et thèmes d'analyse au fil desdits entretiens. Comme les auteurs le soulignent dans le chapitre de leur ouvrage en méthodologie consacré à cette manière de procéder, cette approche offre une construction progressive des données, où les thèmes se précisent et se stabilisent à mesure que les entretiens sont menés.

Elle favorise ainsi une interprétation plus fine et cohérente, aboutissant à des thématiques définies en fin de processus de récolte et de traitement des données. En effet, un code couleurs a été établi afin de regrouper les données répondant au même thème, à la même idée.

Pour chaque entretien effectué, nous avons coloré les dires qui nous parvenaient par grands thèmes. Par exemple, chaque passage dans un verbatim qui mentionnait l'IA était coloré en jaune, de sorte que la partie thématique finale sur les mutations technologiques prenait en compte les paragraphes en jaune de chaque entretien. De même, ce qui avait trait au sens du métier a été coloré en vert, ainsi de suite.

Cette méthode a été discutée car l'utilisation du logiciel Nvivo pouvait par exemple aussi être plébiscitée dans le cadre d'une classification des données par des entrevues ; le code couleurs nous est apparu plus simple et intuitif au vu du nombre d'entretiens réalisés.

Nous avons utilisé cette méthode afin de répondre de la manière la plus pertinente possible à la question de recherche initiale du mémoire, à savoir de regrouper les perceptions par thème en les comparant pour mieux comprendre, au regard du cadre théorique, comment le cadre contextuel pourrait l'influencer.

Présentation et analyse des résultats

Ces entretiens nous ont permis d'analyser les perceptions journalistiques comme lieu de traduction entre d'une part les principes et de l'autre, les réalités organisationnelles. Lesdits entretiens ont eu lieu durant la période automnale de l'année 2025, une période riche en rebondissements dans l'actualité internationale et nationale. Cette période était également riche concernant les actualités qui avaient trait directement au service public radiophonique. Il convient donc de souligner qu'après les premières entrevues et durant les dernières, une commission d'enquête sur la neutralité du service public a lieu. Par ailleurs, les auditions des dirigeants des organismes audiovisuels ont eu lieu alors que le Parlement examinait le Projet de Loi de Finances, lequel inclut le budget alloué au service public audiovisuel. Cela pour dire que l'analyse se fait à la lumière des nouveaux éléments tout en ne pouvant pas permettre aux personnes interrogées d'évoquer certaines perceptions de manière rétroactive. De fait, les données non putatives ne peuvent pas être interprétées *a posteriori*.

De plus, lors de la suite de cette recherche, pour identifier les personnes qui ont pris la parole sur les thématiques émergentes, nous utiliserons l'appellation : « Personne », et le numéro par ordre chronologique d'entretiens pour les identifier : « journaliste 2 » correspondra à la deuxième personne interrogée d'un point de vue chronologique. Par ailleurs, nous pouvons dire que nos intervenants sont tous journalistes dans le service public à l'heure du dépôt de cette recherche; nous n'évoquerons pas en détail leurs parcours professionnels conformément aux demandes expressément formulées et inscrites dans le formulaire de consentement.

Nous avons pris en considération des éléments sociologiques tels que l'âge, le genre, la durée de travail dans le service public, le lieu d'affectation, le statut de l'emploi et si la personne est syndiquée ou non, sachant qu'il existe deux formes de syndicalisme : le syndicalisme à la SDJ⁵¹ (Société des journalistes) concernant l'angle éditorial de chaque rédaction et celui national au SNJ (Syndicat national des journalistes) qui est le premier syndicat de journalistes en France.

⁵¹ La SDJ a pour mission d'assurer l'indépendance de la rédaction et le respect des principes déontologiques au sein du média. Elle exerce une fonction de vigilance à l'égard des orientations et des décisions prises par la direction éditoriale.

	âge	genre	durée dans le service public	passage dans le privé	local et/ou national
1	25 ans	Féminin	2 ans	oui	Ici
2	26 ans	Féminin	1 an	non	Ici (plusieurs villes)
3	29 ans	Féminin	4 ans	non	RFI et FranceInfo
4	50 ans	Féminin	25 ans	non	FranceInfo - service politique
5	50 ans	Masculin	25 ans	oui (précarité pendant 10 ans avec piges dans le privé)	FranceInfo + SNJ
6	40 ans	Féminin	15 ans	oui (précarité pendant 3 ans avec piges dans le privé)	Grand reporter Ici + SDJ
7	40 ans	Féminin	20 ans	1 an et demi de piges (surtout à Radio France, et quelques piges dans le privé)	FranceInfo (fil rouge) + SDJ
8	35 ans	Féminin	10 ans	non	France Inter

Tableau 1 : Représentation des particularités des personnes interrogées

Comme mentionné ci-dessus, nous avons utilisé l'analyse de contenu thématique en continu proposée par Paillé et Mucchielli (2016) qui nous paraissait tout à fait pertinente et opportune dans le cadre du travail sur la perception et sur les contraintes.

À l'issue de chaque entretien, nous avons effectué une transcription afin de pouvoir analyser les propos recueillis et faire émerger les thématiques qui en ressortent. Comme nous venons de le voir, nous avons établi un code couleur par thématique récurrente et regroupé celle qui était redondante. Un schéma a été établi à la fin de chaque entrevue avec ces thématiques afin de voir lesquelles convergent.

Notre démarche inductive a impliqué qu'aucun thème ne soit prédéfini avant la phase d'entretien. Couplée à l'utilisation d'entretiens semi-dirigés, cette méthode a offert aux participants une liberté d'expression plus large, sans fléchage ni position préalable. Nous pensons que cela a favorisé la diversité des sujets abordés et a permis de constituer un ensemble de thématiques plus riche que si celles-ci avaient été fixées en amont.

Enfin, même si certains thèmes n'ont pas été conservés dans l'analyse finale, des éléments jugés significatifs ont été intégrés à d'autres catégories.

Nous avons donc défini des thématiques principales en suivant la méthodologie d'analyse thématique de Paillé et Mucchielli (2016), et avons trouvé trois grandes thématiques finales, qui nous ont parues les plus pertinentes pour répondre à notre question de recherche et illustrer les perceptions partagées concernant leur situation. : les mutations technologiques, les mutations médiatiques et les mutations structurelles.

Chaque grande thématique comprend ce que nous appellerons des sous-thématiques évoquées par les personnes interrogées. Chaque thématique est un enjeu divisé en grandes lignes auquel est confronté le service public radiophonique. Nous les avons classées de telle sorte à ce que chacune soit liée avec la suivante sans qu'il ne faille y voir de subordination ou de hiérarchie de l'importance des enjeux.

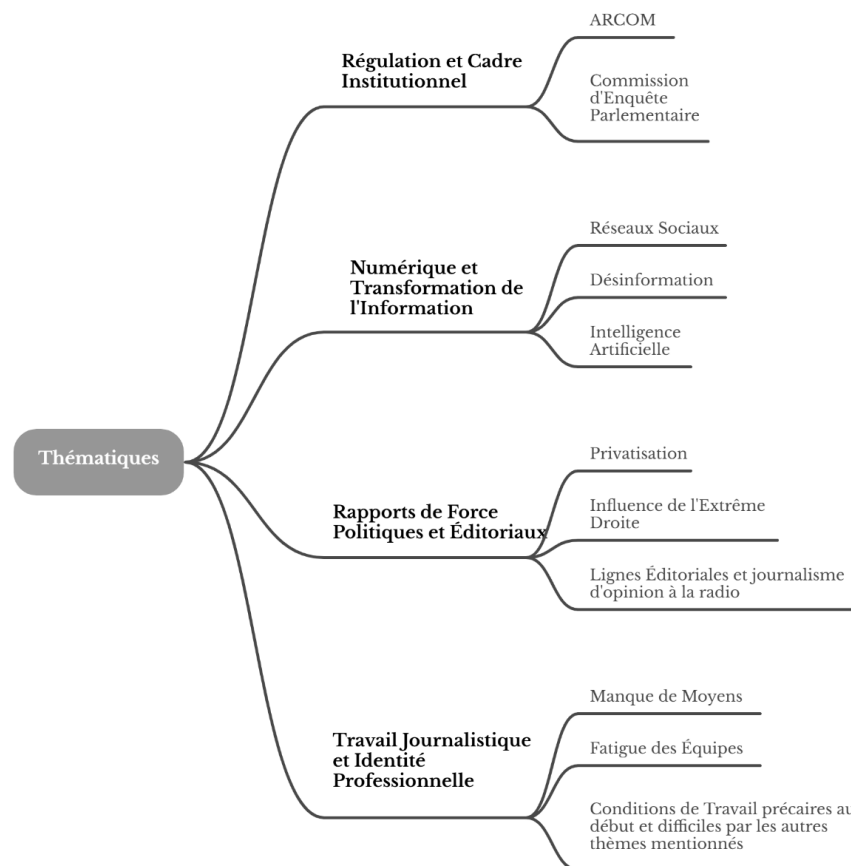


Figure 8 : *Mind Map* présentant toutes les thématiques rencontrées

Comme le souligne Erik Neveu sur le travail de Ruellan, et pour établir un solide travail de terrain, qui permet d'éclairer la construction sociale, nous avons rassemblé les thématiques autour de ce que nous avons trouvé comme étant de grands enjeux. De fait, parmi huit entretiens nous avons retenu trois thématiques principales. La première thématique concerne les mutations technologiques. Nous avons rassemblé dans cette catégorie les enjeux liés à l'intelligence artificielle ainsi que les enjeux financiers qui ont trait à ces évolutions numériques qui traversent le métier de journaliste du service public radiophonique.

Ensuite, nous avons retenu la thématique des mutations médiatiques : ce sont les enjeux liés aux nouvelles pratiques dans le métier causées par la concentration médiatique, la montée du journalisme d'opinion et du sensationnalisme, mis en parallèle par le respect des grands dogmes qui régissent la radio publique.

Enfin, notre dernière thématique porte sur les mutations structurelles et organisationnelles que l'on a qualifié de globales : nous évoquerons ce que d'aucuns qualifient de cercle vicieux

: les structures des équipes et la fatigue structurelle et les moyens alloués aux rédactions en interne.

Thématique 1 : Les mutations technologiques redéfinissant le travail du journaliste radiophonique, entre IA et polyvalence dans le travail imposé par les nouvelles technologies

Un des axes évoqués par tous les journalistes interrogés et que nous trouvons intéressant de mettre en avant est celui de la mutation technologique qui touche le métier de journaliste, et qui touche également et nécessairement la fonction du journaliste radio dans le service public.

Cette thématique est largement revenue lors de nos entrevues avec des points de vue convergents et certains points divergents. C'est notamment à la question : « Quelles évolutions majeures observez-vous dans votre pratique journalistique ces dernières années ? » , qu'une majorité de journalistes a répondu en abordant l'intelligence artificielle et les changements structurels qui s'opèrent dans le métier avec l'avènement des nouvelles technologies.

Ces dernières ont un impact technique et pratico-pratique avec des changements de plus en plus prégnants, et des questions d'ordre générale concernant le sens du métier, le temps imparti aux missions journalistiques, et au développement de la polyvalence qui sont apparus de nombreuses fois. Les journalistes font montre de plus en plus de compétences due à la diversification de leurs missions, induit par le développement de l'information sur les réseaux sociaux numériques.

D'abord, on constate que les journalistes soulignent une forme de résilience dans le service public radiophonique quant au format. Cette situation s'inscrit dans une temporalité plutôt longue, la journaliste 4, qui a plus de 20 ans d'expérience dans le métier, nous parle des mutations technologiques qui ont déjà touché la radio, sa première réponse à la question sur les mutations a d'ailleurs été de nous rappeler les mutations précédentes :

Il y a quand même une évolution majeure qui est en cours hein dans les évolutions. Alors moi j'adore la radio et je pense pas du tout qu'un média en tue un autre. Et que par ailleurs ça n'a pas tué le livre. (...) Enfin bref, la télé n'a pas tué la radio. Mais il y a quand même à Radio France tout un travail assez intense de réflexion sur le multimédia, sur la déclinaison des formats. - Journaliste 4

Elle abonde concernant un exemple précis d'adaptation sur l'avènement des contenus en continu et le fait que cette offre se calque sur ce qui se faisait déjà en dehors du service public :

Au moment où BFM était très fort, Hollande a pressenti un truc sur le « danger de l'info continue ». Et c'est dit, il faut une chaîne de service public qui soit sur ce, enfin

sur cette ligne là : dans ce terrain nouveau, là il faut qu'on ait un service public d'infos en continue. Donc faut continuer à Radio France avec FranceInfo. Et il s'est dit il faut un FranceInfo télé. - Journaliste 4

En ce sens, elle nous indique qu'elle a dû se former à la télévision de manière très rapide et intense avec une formation en interne, alors qu'elle précise que ce n'est pas son métier initialement, et qu'il y a de vraies différences dans le traitement de l'information et le passage à l'antenne entre la radio et la télévision. Cette mutation technologique qui a été l'information en continue a ainsi eu un impact certain sur le portefeuille de compétences qu'elle a dû déployer. Il a ainsi fallu qu'elle se spécialise, pour finalement ne pas continuer la télé.

Nous avons retenu cette information car la journaliste 6 a aussi évoqué cette adaptation à de nouvelles technologies. Journaliste dans le réseau Ici (local), elle nous a expliqué devoir tourner des vidéos et faire des montages pour les réseaux sociaux, en plus des sujets radios qu'elle tourne quotidiennement.

Cette polyvalence est rendue nécessaire selon certains journalistes par l'avènement des réseaux numériques. En effet, parmi les mutations technologiques que nous avons notées, l'avènement des réseaux sociaux et le fait que de plus en plus de personnes s'informent sur ces plateformes contribuent au changement dans la pratique du métier.

La journaliste 8 évoque aussi la rapidité comme facteur de changement: « la grosse mutation, mais qui est ancienne maintenant, c'est les réseaux sociaux. Ça va de plus en plus vite.» (journaliste 8).

Nous avons constaté parmi les réponses de tous les journalistes que les réseaux sociaux numériques modifient le rapport au temps, à l'auditeur et à la circulation de l'information. Les journalistes doivent endosser des contraintes multiples en s'adaptant à de nouveaux formats qui s'additionnent à leur papier que l'on pourrait qualifier de traditionnel. La journaliste 4 qui dirige une équipe indique que :

Donc la journaliste⁵², maintenant, elle se pose la question de : est-ce qu'il faudrait pas que ça fasse une petite pastille pour les réseaux sociaux? Et elle, ça l'embête un peu parce que c'est pas vraiment son travail mais, on a les moyens de le faire. - Journaliste 4

La journaliste 6 a aussi longuement parlé de la volonté de polyvalence, qui est de plus en plus demandée à ses collègues et à elle-même. Les moyens de cette polyvalence qu'évoque la

⁵² Elle parle ici d'une des personnes dans son équipe.

journaliste 4 sont contrebalancés par la journaliste 6, qui distingue la compétence propre à la radio (à laquelle elle a été formée) et celle de faire un montage vidéo ou un format court :

On nous demande de plus en plus de faire des petites vidéos courtes avec nos téléphones ou alors on a un outil de montage pas terrible où on met trois quatre plans, où on interviewe et on filme l'interview, ça marche avec un court montage, des réels⁵³. (...) Moi, une fois par semaine, je devais faire des vidéos sur fonds verts ou par exemple devant le Palais de justice avec un truc un peu incarné où je dois dire « je », cette semaine ce qui m'a marquée c'est (...), le nombre de vues c'est énorme. (...) Mais on n'a pas de formation tu vois, on a des formations en coin de table. (...) Si on nous demande de faire des vidéos, formez-nous et donnez-nous du temps parce qu'en fait on nous demande de faire ça le soir à 18h après la journée de boulot. (...) C'est des tâches en plus. On aimerait bien avoir du temps ou quelqu'un qui gère par exemple un spécialiste des vidéos, car c'est en plus une tâche de faire une vidéo, le partage réseaux sociaux, et l'article web (...) on a de grosses journées. - Journaliste 6

Cette polyvalence dans la manière d'exercer le métier trouve un écho dans la polyvalence de plus en plus demandée aux journalistes n'est pas vue d'un bon oeil par tous les interrogés, le journaliste 5 estime que :

Moi je pense que ce qui va sauver le journalisme, c'est la spécialisation, c'est pas la polyvalence du tout. Donc moi je sais que dans les antennes locales, ils sont très polyvalents, même si telle personne va aimer faire de la politique et telle autre personne va préférer suivre des procès. - Journaliste 5

Ce qui peut être dommage selon lui. Il ajoute que c'est le fait d'être spécialisé dans un domaine précis et avoir une expertise durant un certain temps qui permet de se distinguer dans la pratique de son métier, et de surcroît dans le service public. Il abonde en faisant un parallèle avec l'intelligence artificielle et la question de la spécialisation dans le journalisme:

Moi, je pense que le journalisme sera sauvé par la spécialisation. C'est là-dessus qu'on est plus forts que les IA, clairement, ou que les robinets à dépêches d'agence qui sont désincarnées. On sera plus fort en étant un spécialiste, en allant voir les gens, en sachant de quoi on parle, parce qu'il y a une vraie guerre des mots avec les communicants. Le but du communicant, c'est de fourguer sa salade. Nous, notre but à nous, c'est de savoir si la salade est aussi belle qu'on veut bien nous la présenter. Sauf que la première fois qu'on voit la salade, on n'est pas sûr qu'elle nous paraît très correcte. Sauf qu'après avoir vu 500 salades, on sait à peu près reconnaître... Elle est pourrie ma métaphore. Mais voilà, c'est juste dire que quand on sait de quoi on parle, a priori, on se laisse moins mener en bateau. - Journaliste 5

Pour lui cette spécialisation permet de conforter la crédibilité du métier, s'adapter au sujet, et de distinguer son travail de journaliste ; de le distinguer notamment de l'intelligence

⁵³ Les Reels d'Instagram consistent en un format de vidéos courtes et verticales, associant contenus audiovisuels et éléments graphiques, et diffusées via l'interface dédiée de la plateforme.

artificielle. L'avantage du journaliste est alors de connaître son sujet, et d'en connaître les tenants et aboutissants. En effet, connaître son sujet permet, comme l'indique la journaliste 8, d'être un rempart face à certaines dérives de l'IA générative et de la désinformation : « On garde toujours à l'esprit qu'elle existe et donc quand il y a des vidéos ou des enregistrements sonores qui circulent, et ben ça peut être trafiqué. » (journaliste 8)

Elle insiste sur le fait que le service public radiophonique possède des moyens techniques pour endiguer ces dérives. « Parce que c'est vrai que c'est la force d'un groupe comme Radio France, c'est d'avoir tous les moyens techniques à disposition et toutes les compétences techniques. Donc on a des gens dans la maison, qui sont capables de déterminer ce qui est authentique et ce qui ne l'est pas. » (journaliste 8)

Pour autant, comme l'indique le journaliste 5, et comme tous les journalistes l'ont mentionné au moins une fois au cours de nos entretiens, l'intelligence artificielle est une nouveauté qui émerge, qui dérange pour certains, qui serait bénéfique pour d'autres. Le journaliste 5 indique que l'IA laisse augurer un avenir prometteur, car certaines tâches chronophages pourraient être facilitées.

Disons qu'il y a tout un tas de tâches aujourd'hui qui ne sont pas très intéressantes, qui peuvent être automatisées par l'IA. Typiquement, toutes les fonctions qu'on appelle speech to text, qui étaient les trucs qu'on jouait encore à la main entre guillemets avant, comme s'il fallait faire une page web d'une émission, on écoutait l'émission, on la scriptait, on la pose, je scripte, je pose, je scripte, etc. Là il y a des logiciels qui font ça très bien et je pense que personne ne se plaint aujourd'hui de ne plus faire ça. - Journaliste 5)

Il ajoute que l'IA serait utile pour d'autres types de missions :

L'IA elle peut aussi nous aider pour le prompt : à le faire, à aller plus vite quand il s'agit de trouver des fake news etc. d'aller chercher les bons chiffres, les bonnes phrases. Moi je le vois comme un gain de temps, assez clairement. Je ne suis pas un utilisateur quotidien, mais on se forme, on commence à se former, lentement mais sûrement. (...) N'empêche que c'est du gain de temps, effectivement. On ne peut pas lire un rapport de 300 pages deux fois par jour ou une fois par jour, c'est pas possible. Donc ça peut. Si le prompt est bien écrit, encore une fois, je pense que ça peut faire gagner du temps. - Journaliste 5

La journaliste 6 vient corroborer les propos du journaliste 5, avec un peu plus de réticences. Elle s'accorde toutefois sur le fait que l'automatisation de certaines missions que l'on pourrait qualifier de « redondantes » serait bénéfique :

Il y a des tests en local pour faire gagner du temps, pour synthétiser, je sais pas trop comment ça marche car j'ai pas trop suivi ce qu'ils font. Je me disais que ça nous ferait gagner du temps peut-être sur des petites brèves type faits divers, ou quand y'a les pompiers qui nous informent d'accidents en nous disant à telle heure, tel véhicule, il s'est produit ça. On pourrait rentrer le texte et lui dire fais-moi une brève, avec un outil d'intelligence artificielle et rédige-moi la relève à telle heure avec X blessés graves machins.» Mais se raisonne, en estimant tout de même que malgré tout quoique intellectuellement c'est facile à faire. - Journaliste 6

Elle ajoute qu'elle utilise l'IA uniquement pour faire des scripts d'entretiens :

Avec Trint c'est un outil qu'on utilise, tu prends le fichier MP3 et ça le convertit en texte. Ça peut faire gagner du temps, après de là à demander : trouve-moi un titre, un chapeau, on en n'est pas là. (...) Après forcément dans tous les métiers ça peut aider pour les travaux chronophages. (...) À Radio France ils sont en train de réfléchir pour quelles tâches et quelle IA. - Journaliste 6

La journaliste 2 fait le même constat et estime que cette forme d'automatisation pourrait permettre de réallouer des moyens vers des tâches en lien avec le reportage jugées plus coûteuses et de moins en moins prolifiques :

Je pense que le seul point positif de l'IA c'est qu'on se rendra compte que t'as plus besoin de payer quelqu'un pour faire un papier parce que l'IA pourra le faire. C'est quand en gros la personne elle prend la parole pour dire tu sais : il y a le présentateur, il fait, Ah en Iran, il y a eu des frappes, parlez nous-en et moi pendant une minute je vais être là : Oui, il y a eu tant de frappes et il y a que ma voix : c'est moi qui lis un papier en gros. Donc ça c'est vraiment débile. Enfin n'importe qui peut le faire et du coup j'espère que ça permettra de mettre les moyens autre part.- Journaliste 2

Pour autant, la journaliste 6 ne cache pas sa peur : « Mais ça fait un peu peur, même les voix artificielles. On perd le côté émotions... » en prenant un temps de réflexion après avoir parlé du gain de temps. Cette peur est aussi partagée par la journaliste 2 qui indique, en se contredisant, que « Et en plus avec l'IA qui arrive, faire des papiers ou des interviews ; une voix elle peut te la faire tu vois et c'est un truc qui manquera et moi j'espère pas que ça arrivera. »

Cette appréhension sur l'IA se retrouve aussi chez la journaliste 3 qui s'interroge sur la réception des informations produites par les IA et qui explique sa curiosité quant à l'éthique de l'information produite : « Je suis hyper curieuse, même par rapport aux auditeurs ou aux lecteurs, (...) Qui accepterait de regarder des trucs faits par intelligence artificielle ? » Mais elle se rappelle que l'alternative du tout IA n'a pas fonctionné dans les pays qui l'ont tentée, et nous donne son avis :

Il y a eu une radio en Pologne, je crois, qui avait commencé à émettre 100 % version intelligence artificielle. Il n'y avait pas une personne qui parlait, c'était qu'une intelligence artificielle et ça n'a pas marché. Bon, peut-être que maintenant l'intelligence artificielle évolue et ça change. Mais ouais, pour moi, c'est pas crédible.
- Journaliste 3

En parlant des abonnements payants qui sont contractés massivement pour de grands journaux français (la journaliste 3 cite *Le Monde* ou *Mediapart* : plutôt de la presse écrite et *pure player*), elle fait un parallèle avec la crédibilité de l'information et l'utilisation de l'IA. Elle estime que l'audience a besoin d'avoir des sources d'information « crédibles » :

Parce que ça veut dire qu'il y a des gens qui trouvent que le journalisme c'est crédible, qu'on peut avoir une source importante et fiable d'information et qui ne voient pas l'intérêt d'avoir une information faite par des intelligences artificielles, au-delà des questions éthiques et tout ça, mais juste en termes de pourquoi, pourquoi je lirais des articles écrits par une intelligence artificielle ? Non, moi je veux voir des gens qui ont une lecture, une expertise et c'est pour ça que j'ai de l'espoir et je pense que le métier est menacé et qu'il va y avoir des modifications, il va y avoir des suppressions d'emplois, ça devient compliqué. Mais le métier ne va pas disparaître. - Journaliste 3

Cet espoir dans un travail journalistique de qualité est illustré par la journaliste 4, qui travaille dans un service politique, et qui indique qu'aujourd'hui par exemple :

Un papier politique précisément, c'est un papier qui amène des choses nouvelles et qui du coup n'existe pas avant. (...) Tu vois un bon papier, un bon papier politique c'est un papier où il y a de l'exclu quoi. Tu viens de comprendre quelque chose que personne d'autre n'a raconté. C'est ça un bon papier politique, c'est que un mec qui vient de t'expliquer quelque chose, et il l'a vérifiée.- Journaliste 4

Elle contrebalance avec la question de l'IA en reprenant peu ou prou ce que la journaliste 2 expliquait sur des papiers qui relatent une information qui est déjà vérifiée : « L'IA, elle va pouvoir faire un papier du genre, j'en sais rien moi : Macron a une excellente relation avec Zelensky depuis le début de la guerre. » (journaliste 4) Elle continue en évoquant l'IA et le gain de temps que cela pourrait permettre :

C'est sûr que ça va changer les choses, mais je pense qu'en fait, ça va changer les choses que pour les gens qui sont pas des journalistes. D'une certaine manière, ça peut nous aider, parce que si ça peut nous libérer, si ça, si ça peut permettre de clarifier ce que c'est que le métier, c'est-à-dire sortir des infos qui ne sont nulle part ailleurs. Bah Ouais, ça va nous faire gagner du temps. - Journaliste 4

Pour autant, cette vision du gain de temps et de l'automatisation de certaines tâches qui est largement partagée par les journalistes interrogés, est contrebalancée par ce que d'aucuns évoque être le cœur du métier. En effet, comme le soulignent plusieurs journalistes,

la différence entre l'IA et le journaliste est la connaissance du sujet comme nous avons vu, et surtout la recherche par le journaliste qui peut être faite avec des données nouvelles.

La journaliste 2 l'évoque : « Je pense qu'en fait, un des plus beaux trucs en radio, c'était vraiment le côté aller voir les gens et les entendre tu vois. » En effet, aller voir les gens est aussi la force du métier comme l'explique longuement le journaliste 5 :

Mais il y a un truc que l'IA fera jamais : c'est d'aller voir les gens, d'aller les rencontrer, de parler avec eux, de témoigner, juste de raconter ce qu'on voit. Quand on est basiquement sur un terrain de guerre, le témoignage, l'IA ne peut pas le remplacer. L'IA peut écrire à votre place, trouver un joli titre. Voilà, si on la dresse encore une fois, si elle est bien dressée, l'IA peut gagner en facilité. Il y a des gens qui jouent un peu à se faire peur aujourd'hui avec l'IA en disant ça va bouffer notre métier, on va plus exister, etc. S'il s'agit juste de compiler, je sais pas moi, des résultats de matchs de foot d'une soirée, c'est quand même pas très valorisant pour l'humain, mais l'IA le fera très bien, sauf si elle se plante jusqu'au jour où elle se plante et qu'elle inverse un résultat, etc. Journaliste 5

D'ailleurs, la journaliste 4 explique que le cœur du métier ne sera pas, selon elle, remplacé par l'IA : « Je suis reporter. Oui, pour moi journaliste est reporter, si tu veux retourner sur le terrain, c'est très bien, c'est ce qu'il faut (...). Donc il y a un sens. » (journaliste 4) Elle exprime ici l'idée que le journalisme trouve avant tout son sens dans le reportage de terrain, qu'elle identifie comme l'essence même du métier.

Les journalistes interrogés évoquent plusieurs mutations technologiques majeures. D'abord, la transformation de leur pratique avec l'avènement des réseaux sociaux numériques et la rapidité de l'information qu'ils exigent. On constate aussi la nouvelle définition des contours du métier de journaliste radio, qui doit à présent faire des vidéos et des articles web. Les journalistes évoquent enfin une crainte vis-à-vis de l'IA. On remarque une certaine conviction par les journalistes qui n'accepteront pas une utilisation poussée de l'IA, mais une utilisation réfléchie. Ils pensent unanimement que leur pratique devra s'y confronter, surtout sur des tâches substantielles qui permettent un gain de temps et peu de recherche.

Les enquêtés se montrent ainsi confiants dans la capacité de la radio à s'adapter tout en refusant l'idée qu'un média en élimine un autre. Les transformations numériques sont vues comme des évolutions du métier plutôt que comme une menace, bien que quelques réticences demeurent comme nous avons pu le voir ci-dessus.

Thématique 2 : Les mutations politiques et médiatiques, entre éditorialisation et peur de la privatisation

Comme nous l'avons vu dans la première partie du cadre conceptuel et comme le souligne Salomé Saqué « occuper le rôle politique du journaliste comporte un autre danger sournois : celui de nier la fameuse bataille culturelle qui se joue actuellement et ainsi permettre aux idées d'extrême droite de coloniser les actualités et le vocabulaire courant » (Saqué, 2024, p. 80). Nous avons constaté durant nos entretiens une autre mutation importante dans le paysage actuel de la radiophonie : l'avènement du journalisme d'opinion et la hausse d'une information « clef en main » (journaliste 4). C'est le journaliste 5 qui a évoqué cette question de manière très claire et péremptoire en mettant en avant son ressenti sur ce phénomène de changement dans le paysage médiatique. Selon lui :

Le paysage, il s'est transformé. Il s'est grandement transformé récemment. Vous m'auriez posé la question il y a 5 ans, j'aurais sans doute eu une réponse différente, mais très clairement, depuis l'irruption tonitruante et médiatique de Bolloré, il y a tout un pan de la presse qui n'est plus de la presse d'information, c'est très clair. Donc il y a dix ans j'aurais pu bosser à Europe 1, aujourd'hui, c'est pas possible, enfin c'est pas de l'information qu'ils font, c'est de l'opinion, mais c'est plus une maison de l'information généraliste. - Journaliste 5

Il explique en outre comment cela s'est fait en interne :

Et surtout quand je vois comment ça s'est passé de l'intérieur... j'ai vu comment ça se détériorait lentement mais sûrement, comment Bolloré a fait le ménage, comment la rumeur disait qu'à un moment ils avaient tellement viré plein de monde qu'ils n'arrivaient plus à rembaucher derrière, notamment au service politique, parce qu'il fallait avoir envie d'aller au service politique et ils proposaient des salaires absolument délirants à des débutants. Je ne peux pas accorder plus de crédit que ça, mais en même temps ça ne m'étonne pas plus que ça, parce qu'effectivement à Radio France, typiquement, on a récupéré énormément d'anciens d'Europe 1, qui étaient bien en peine d'exercer leur métier sereinement là où ils étaient. - Journaliste 5

La réponse du journaliste 5 nous a parue très parlante sur la situation actuelle. Cette volonté d'éditorialisation de l'information est revenue dans la plupart de nos entretiens comme une des dérives qui s'opèrent sur les antennes radios et à laquelle Radio France semble, selon certains journalistes, se formaliser. La journaliste 6 l'évoque également : « Ça leur déplaît qu'il y ait une pluralité et une indépendance. J'espère qu'on la gardera. Quand on voit tous les groupes privés qui rachètent des médias pour museler les rédactions. C'est une crainte aussi. Qu'ils baissent le budget du service public. » (journaliste 6) La journaliste 4 est d'ailleurs offusquée de cela. Elle fait un parallèle entre l'opinion et la désinformation, et s'indigne

d'une nouvelle volonté de faire des informations dites « très descendantes » (journaliste 4) en assénant une forme de vérité avec du factuel, mais aussi de l'explicatif, qui s'empare d'une certaine façon de certaines rédactions à Radio France et à laquelle elle s'oppose. Elle s'interroge d'ailleurs sur cela :

Mais comment on lutte contre les fake news? Comment on lutte contre la désinformation ? En vérité, quand tu fais du journalisme politique, tu passes ta vie à demander si on n'est pas en train d'essayer de t'enfler (...) Je discutais avec un consoeur qui me disait, (...)je comprends même pas qu'on se pose cette question. C'est concernant des moments d'antenne qui sont jugés trop péremptoirs, ce qu'ils appellent trop descendants et où les auditeurs auraient l'impression qu'on leur ascène une vérité. Bah visiblement ce serait considéré par la direction comme un sujet de réflexion. Moi je trouve ça hallucinant. Juste, à un moment donné si on me dit « ah mais les auditeurs ils aiment pas qu'on leur dise où est la vérité c'est un peu méprisant » honnêtement je rends mon tablier. C'est comme un prof à qui on dirait « tu vois si tu dis que la shoah a vraiment existé c'est un peu trop descendant, les élèves comprennent mal » à un moment stop. - Journaliste 4

Elle parle aussi du fait que de nouvelles émissions sont mises en place pour justement lutter contre les dérives dont elle parle qui touchent par exemple le pluralisme :

Les 2 émissions «Les Informés» le matin et le soir où là pour le coup, on fait venir des confrères qui portent leur regard... Mais oui, là aussi, c'est dans une démarche de pluralisme justement. FranceInfo, la façon dont voilà (...) à défaut de notre indépendance, (...) moi je ne sens pas de dépendance. - Journaliste 4

Le journaliste 5 ajoute que les questions liées à la ligne éditoriale ont un rôle majeur à jouer dans les changements dans la pratique du métier. Il évoque l'autocensure chez les radios privées :

Quand ça touche directement l'actionnaire principal. Qu'est-ce qu'on fait ? Il y a beaucoup d'autocensure dans ce métier. Il y a rarement, enfin quoi que maintenant, je sais pas, mais il y a rarement un rédacteur chef qui débarque pour dire «cette information-là, tu la donnes pas parce que c'est celle qui touche directement notre actionnaire principal». - Journaliste 5

Cette autocensure n'est pas ressentie dans le service public par ce même journaliste. Toutes les personnes interrogées nous ont dit posséder une liberté totale et revendiquée, avec des marges de manœuvre possibles sur les sujets à traiter. Le journaliste 5 rappelle ce paradoxe du financement public et l'indépendance qui y a trait :

Nous, notre actionnaire, c'est l'État. Alors paradoxalement, je pense qu'on est mille fois plus libres. Aujourd'hui en tout cas, je pense qu'au moment de l'écclatement de l'ORTF, c'était pas la même *****. Mais moi j'ai jamais eu de coup de pression

politique. Si la pression existait, elle serait politique. Moi j'étais pas journaliste politique, mais j'étais journaliste économie, donc les deux sont assez liés, assez proches...mais on ne m'a jamais rien dit. - Journaliste 5

Ce ressenti est aussi partagé par la journaliste 4 qui a une expérience significative à Radio France. Elle dit au travers d'une phrase sur les enjeux financiers, qu'elle n'a « Jamais été confrontée à une forme de pression. » Et, la journaliste 1 corrobore cela en expliquant que « la pression de l'État n'existe pas dans notre travail, en tous les cas, je ne la sens pas personnellement ».

En revanche, la journaliste 2 constate cette forme de censure venant de ses supérieurs concernant les sujets à produire relativement aux personnes qui écoutent :

La seule ligne éditoriale qui pour moi est trop chiante, c'est vraiment le truc de Ici ****⁵⁴ de « non ça va choquer notre auditorat » et du coup tu fais rien qui sorte des lignes, tu fais que des sujets hyper bateaux, que des trucs qui plaisent aux vieux et t'attires jamais les jeunes alors que c'est leur but. (...) Du coup c'est vraiment une censure liée à l'auditorat je trouve. - Journaliste 2

Pourtant elle se tempère en mettant en avant la spécificité de la radio publique : « Les recettes du service public ne dépendent pas de l'auditorat. » (journaliste 2) La journaliste 1 explique qu'en local⁵⁵ : « Il faut parfois faire des sujets pour faire plaisir aux gens entre guillemets, par exemple on va couvrir un évènement pour les gendarmes mais parce que plus tard si on veut une information on sera en bon termes avec eux quoi ».

Pour la journaliste 2, il est important et nécessaire de conserver une certaine forme de recul et de conscience des angles de l'information que l'on développe : « Je me dis sous le RN ; dans deux ans je sais pas où je serai, mais je vais pas être enfermée dans un truc où je serai pas capable de prendre le recul et de me dire "oh là c'est grave ce qui se passe" » (journaliste 2).

Plus généralement, nous avons observé une angoisse concernant le futur du service public, « non sur le traitement démocratique, effectivement, on a très peur de ce qui peut se passer » (journaliste 8), malgré les nombreux garde-fous juridiques.

Par ailleurs, la mainmise et la dictée idéologique de certains supérieurs sur les textes éditoriaux entraînent pour les journalistes interrogés une mise en danger du service public, surtout pour la journaliste 3 qui explique que : « Il y a une propagation, en fait l'effet qui tire à droite et que donc du coup les médias tirent à droite par le même mouvement. Et donc la

⁵⁴ ****, nous avons supprimé le nom de la ville pour confidentialiser son propos.

⁵⁵ Elle travaille en Corse.

neutralité, je trouve qu'elle est vraiment mise en danger dans les médias de service public. » (journaliste 3) Elle évoque pour l'illustrer une forme de deux poids deux mesures concernant certaines affaires internes, avec le plateau de FranceInfo la télévision (qui n'appartient pas au service public radiophonique), mais nous avons choisi de garder ce passage car il demeure éclairant sur la perception interne des journalistes :

Tu vois l'interview de Manuel Bompard (...) sur FranceInfo il y a pas très longtemps qui l'interroge sur Zoran Mandani avec 3 *fakes news* à la suite qui est reprise par un homme politique en lui disant «je vais devoir vous recadrer», et ça passe. Et derrière la direction fait simplement un communiqué pour dire effectivement il y a eu des fausses informations mais ne recadre pas alors que dans la même maison il y a eu l'affaire de Thomas Legrand qui a été mis à pied en gros après la vidéo qui a été publiée de lui et Patrick Cohen avec des députés du PS. - Journaliste 3

La journaliste 2 est d'accord avec cette ambivalence dans certaines réactions en interne, et évoque une autre affaire qu'il l'avait interloquée « Virer Guillaume Meurice⁵⁶, t'es en mode mais pourquoi ? » (journaliste 2) ou d'autres actualités qui sont peu traitées selon elle : « C'est pareil, ça parle pas de Gaza. (...) Et ça invite très souvent le RN. » (journaliste 2)

Ces affaires internes renvoient à la question de la neutralité et de la partialité que nous avons évoquées dans le cadre contextuel et dont l'audiovisuel public et *a fortiori* la radio publique est l'objet par des attaques visées. Ce procès en partialité du service public affecte la journaliste 1 qui s'indigne du fait que maintenant : « être humaniste, c'est pas être de gauche. Le traitement des informations est humaniste, pas politisé. Et c'est fou que quand on parle de l'humain en tant que personne on soit taxés de gens de gauche » (journaliste 1).

Cette putative partialité que l'on a évoquée est démentie par la journaliste 2 qui se défend en disant clairement que les choix sont faits suivant la déontologie mais surtout sur ce qui peut rendre intéressante l'information :

C'est sincèrement une vision déontologique : il nous faut la personne adéquate, il faut réfléchir à ce qu'on fait. Il faut avoir le recul du truc comme on l'a appris à l'école. Et pour le coup, il n'y a pas du tout d'histoire de gauche/droite. Moi, je bossais à l'économie chez *****. Et, on a invité beaucoup de patrons, beaucoup de gens de droite, c'était important parce que c'était eux les personnes les plus à même de parler d'une telle loi ou d'un tel sujet. - Journaliste 2

⁵⁶ Le Monde. (2024, 11 juin). *L'humoriste Guillaume Meurice licencié pour faute grave par Radio France*. Le Monde. https://www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2024/06/11/l-humoriste-guillaume-meurice-licencie-pour-faute-grave-par-radio-france_6238654_3236.html

La journaliste 4 évoque le fait que les temps de parole et les règles de l'Arcom contreviennent à l'idée de qualité de l'information. Elle pointe un paradoxe du service public : une déontologie très exigeante et une volonté de droiture qui peuvent parfois conduire à une mauvaise défense de l'institution, notamment face aux attaques extérieures. La journaliste regrette une tendance à « baisser la tête » plutôt qu'à assumer une défense publique plus offensive :

C'est un autre problème à Radio France, c'est que... : je sais pas ce qu'ils croient, c'est à dire que pour le coup, la déontologie et la volonté de droiture parfois, les amènent à très mal se défendre. Alors moi, j'étais soulagée de savoir qu'on attaquait enfin C News. Mais (...) quand on est attaqué, la réaction est toujours non seulement de baisser la tête mais en plus de se dire... enfin de se demander quand même si on l'a pas cherché, c'est vraiment un truc de victime, de victime de violence d'agir comme ça. - Journaliste 4

D'ailleurs, ces règles semblent, pour la journaliste 8, parfois contrevenir aux sujets d'actualité comme les élections municipales qui auront lieu dans les prochains mois : « Donc j'ai conscience que c'est très contraignant. Là, on commence à faire des reportages sur les élections municipales : ils ont ni queue, ni tête, parce qu'il faut mettre 15 secondes de quelqu'un qui n'a rien à dire. » (journaliste 8) C'est ce que déplore aussi la journaliste 7 qui explique être vraiment attristée par cette situation et ne pas savoir comment Radio France va se défendre. Fil rouge d'une émission d'actualités politiques sur la radio publique, elle nous a raconté comment elle se sent soumise à une forme de pression sur ses invités ; pression qui s'exerce quotidiennement. Elle avoue être actuellement en congé et prendre du recul sur la situation sans savoir comment réagir :

Les procès faits sur la neutralité, je trouve ça injuste parce que nous on est soumis à l'Arcom. Moi je le vois tous les jours, je suis fil rouge, tous les jours on rééquilibre, tous les jours on me dit « attention l'Arcom a dit qu'il faut inviter ci et ça » et c'est ça tous les jours. J'enrage quand je vois les procès en neutralité, nous on ne donne pas notre avis. Je fais jamais d'éditos, je donne pas mon avis. Donc moi ça me fait de la peine d'entendre des amalgames, etc. (...) Et je pense pas que ce soit fait dans d'autres chaînes⁵⁷. Parfois je me dis on n'a qu'à pas le faire. Au quotidien, c'est vraiment ce qu'on fait, on invite des gens de droite, de gauche, de la société civile, de partout. (...) Je trouve ça injuste. En fait, c'est de la posture politique et idéologique. A jeter l'anathème sur le service public, on va pas faire les réformes qu'il faut mais ce sera des réformes idéologiques. (...) Peut être qu'il y a de la gabegie mais c'est pas comme ça qu'il faut s'y prendre pour faire ce chantier là. - Journaliste 7

La journaliste 8 tempère toutefois les propos de la journaliste 7 au sujet de l'obligation de neutralité et de pluralisme dans la couverture des élections municipales :

⁵⁷ De respecter les règles du pluralisme.

Donc ça, c'est vraiment pour faire le job démocratique qui s'impose et pour être serein de ce côté-là et pouvoir le dire éventuellement aux politiques qui le reprocheraient. Mais c'est très bien qu'il y ait quelqu'un qui veille à ça. Mais dans le lien de confiance avec les auditeurs, je pense que ça n'a absolument aucune influence. - Journaliste 8

Elle semble voir ce travail de régulation d'un bon œil d'un point de vue institutionnel. Elle dépeint ce qui pour elle permet de protéger l'institution :

Oui, je suis d'accord que ça peut poser problème dans le traitement éditorial. Mais d'un autre côté, je trouve que c'est bien que quelqu'un fasse les calculs pour nous et parce qu'on pourrait très vite aussi se laisser emporter, voire influencer un parti qui veut faire parler de lui et qui crée un buzz et on mouline dessus pendant des jours. (...) quelque part, ça nous protège aussi des pièges des communications des uns et des autres.- Journaliste 8

Par ailleurs, relativement à une idée de pluralisme, la journaliste 3 formalise le fait qu'elle constate que des choix éditoriaux sont assez récurrents et inspirés des autres médias. Elle craint un affaiblissement de la neutralité des médias de service public, lié à une couverture jugée disproportionnée de certaines figures politiques. Elle s'interroge également sur la pertinence éditoriale de certains choix, en répétant ce que nous avons cité plus haut :

Enfin bon, je trouve qu'il y a (...) je sais pas si c'est parce que les médias cherchent à tirer vers la droite pour avoir plus d'auditeurs ou si c'est juste le sens du vent actuellement. Mais ouais, je trouve que la neutralité est questionnée. Il y a autre chose. Par exemple, la séance de dédicace du livre de Jordan Bardella qui a été *surcouverte* par FranceInfo alors qu'aucune autre sortie de bouquin politique n'a été couverte de la même manière. Donc tu dis enfin pourquoi ? Quel est l'intérêt éditorial ? Et en fait c'est ça, à chaque fois c'est l'intérêt éditorial, l'intérêt éditorial de tout le temps interroger Gérard Darmanin, de tout le temps interroger Sylvain Tesson, de tout le temps interroger enfin les mêmes personnes tu vois (...) ça c'est plus de l'opinion mais ouais je trouve qu'il y a quand même un danger sur la neutralité.- Journaliste 3

La journaliste 2 complète ces propos en évoquant ce qu'elle appelle être « le jeu des politiques », et en dénonçant une ligne éditoriale que l'on pourrait qualifier de peu clivante, et consensuelle ; nous avons déjà mentionné le fait qu'elle trouve que les sujets sont peu politisés : « En fait, je trouve qu'il y a trop de petits trucs comme ça qui vont pas, où t'es là : tu joues au jeu des politiques et est-ce que t'es si différent que ça ? J'ai l'impression que c'est sûr que non. » (journaliste 2)

Cela peut s'expliquer, pour la journaliste 8, par la rapidité permise par les réseaux sociaux numériques dont nous avons parlé, mais aussi par les cadences des politiques de plus en plus rapides dans leur prise de parole :

Il y a une volonté de faire la course aux tweets et aux réseaux sociaux qui fait qu'on ne prend plus trop le temps, je pense, de prendre du recul et de réfléchir parfois. C'est-à-dire qu'on a des ministres qui tweetent énormément, moi particulièrement avec Gérard Darmanin, et ça influe sur l'éditorial puisque derrière on embraye. (...) Non je pense que c'est surtout ça oui, la vitesse en fait, la vitesse à laquelle ça va maintenant. - Journaliste 8

Et cela renvoie d'une certaine manière à une production de l'information qui se calque sur un système qui semble se mouvoir et évoluer. Par exemple, dans sa pratique quotidienne, la journaliste 6 évoque le fait que :

Parfois il y a une dérive de certains red chefs. On te demande beaucoup d'avant sujets : te raconter le truc avant que ça se passe. C'est un peu une tendance des red chefs pour aiguïser l'appétit des auditeurs. Mais on peut pas faire le procès avant le procès⁵⁸. Plusieurs fois mon red chef m'a demandé mon ressenti. Mais moi je raconte ce qui se passe, pas mon ressenti perso. On nous demande de plus en plus ça, or moi je m'en tiens aux faits et des fois c'est un peu fantasmé par les red chefs qui vont plus trop sur le terrain, de fantasmer des angles. - Journaliste 6

La journaliste 7 évoque également les questions de ligne éditoriale, tout comme la journaliste 8 qui indique qu'elle a l'impression :

Qu'on fait beaucoup de faits divers qui ne sont pas forcément parlants. Donc forcément les faits divers c'est un terrain un peu glissant parce que derrière il y a la question de la sécurité. Et en gros, ce qui peut être considéré à chaque fois comme un fait individuel, une affaire, mis bout à bout, ça peut donner un sentiment dans un sens ou dans l'autre de la France va mal, il y a de l'insécurité. Voilà, c'est plus une orientation éditoriale dans ce sens-là, que j'ai remarquée. - Journaliste 8

Finalement le journaliste 5 estime que la place du service public est plus que primordial aujourd'hui, car elle constitue le seul rempart relativement à cette orientation, à ce changement de cap que relèvent certains : « Moi, je pense que l'audiovisuel public a un rôle absolument crucial à jouer en termes de démocratie, aujourd'hui, très clairement. »

La journaliste 4 va dans ce sens en disant que ce qui fait que le service public a une raison d'être primordiale, c'est qu'il donne au citoyen des clefs pour réfléchir aux actualités. Cette journaliste qui dirigeait une équipe au service politique insiste sur le fait que le mot d'ordre est que l'auditeur est intelligent :

J'ai toujours bossé pour le service public et j'ai le sentiment que la volonté en tout cas d'objectivité et de sincérité, c'est vraiment ce qui caractérise le service public ; c'est de servir l'auditeur : de lui être utile, c'est à dire de lui mettre dans la main des infos, des outils, des armes pour comprendre et décrypter ensuite par lui-même. C'est pas

⁵⁸ La journaliste 6 suit entre autres des procès, et des affaires judiciaires.

complètement brut mais quand même une volonté d'être dans un premier temps ultra factuel, quelque chose que vous entendrez souvent : raconte le comme ça, très complet. Les auditeurs sont intelligents, oui. Exactement le contraire de Pascal Praud qui délivre la bonne parole et du prêt à penser. - Journaliste 4

En effet, la journaliste 7 rappelle que son métier est d'être artisane de l'information et que ce qu'il représente en tant que service au citoyen est primordial : « On est tous très attachés au service public. On pourrait partir et gagner beaucoup plus ailleurs, mais on ne le fait pas car on est très attachés à ça. »

Thématique 3 : Les mutations liées aux enjeux internes entre précarité et fatigue structurelle

Même si le rôle crucial que joue le service public est partagé par l'ensemble des journalistes à travers leur positionnement dans l'institution et leur volonté première de le rejoindre, il demeure des formes d'enjeux structurels en interne qui façonnent la manière de travailler des journalistes du service public radiophonique.

D'abord, quand les journalistes évoquent leurs parcours, certains nous parlent de période de précarité, et de la difficulté du «planning» qui est le concours interne de Radio France. Surtout, plusieurs journalistes ont évoqué les difficultés croissantes à intégrer durablement le service public, dans la mesure où les perspectives d'ascension sociale qui y étaient autrefois offertes tendent aujourd'hui à se raréfier. C'est ce qu'évoque par exemple la journaliste 4 qui témoigne du salaire de son nouveau jeune collègue, qui a eu du mal à entrer dans son service : «Il devait être à 2000 €, un truc comme ça donc j'ai dit Bah t'es payé comme un instit, c'est un métier utile.» (journaliste 4)

Ce qui est aussi le cas pour les journalistes 1 et 2 qui sont récemment sorties de l'école et qui ont trouvé des contrats qualifiés de précaires dans des antennes locales Ici. De plus, la journaliste 7 nous a longuement parlé (presque 10 minutes sur le sujet) des dérives actuelles qu'elle constate concernant le planning. D'abord, elle évoque le fait que le concours et les choix ne sont pas transparents : «C'est très opaque car on ne sait pas comment ils sont choisis», et abonde : «Les règles sont beaucoup moins lisibles qu'avant».

Avant d'accéder à ce planning, la majorité des journalistes interrogés a vécu ce qu'ils appellent eux-même une période de «précarité» avant d'entrer dans le service public. En effet, les journalistes 5 et 6 insistent sur la précarité structurelle du travail en radio, y compris au sein du service public. Le journaliste 5 a travaillé dix ans dans ce qu'il qualifie lui-même de «précarité » avant d'intégrer la rédaction de Radio France. Son parcours est marqué par une succession de CDD courts, révélateurs d'une forme d'instabilité professionnelle en début de carrière qui peut être durable.

En effet, le concours d'entrée paraît de plus en plus instable et dur pour les journalistes interrogés. La journaliste 7 indique que :

Là ils ont rajouté de la difficulté et de la précarité derrière (...) on vous donne le droit de passer de pigiste à CDD, ce qui est plus confortable car vous avez des indemnités de fin de contrat (...) en gros : le contrat tacite c'était d'avoir un CDI à la clef (...) au

fil des années ça s'est étiolé car aujourd'hui Radio France font appel à des pigistes de partout car ils veulent plus promettre des CDI aux CDD, ça crée des trucs aux Prudhommes, mais ils prennent beaucoup de pigistes (...) avant, y'a dix ans quand j'ai commencé : y'avait 0 pigiste. Maintenant ils prennent plein de pigistes » « ça leur revient moins cher, ça pas de problème RH, (...) et puis c'est beaucoup plus simple j'imagine mais ça crée un gros problème parce que : «à quoi bon si les pigistes peuvent venir beaucoup plus que nous » ? - Journaliste 7

Ce qui est étayé par la journaliste 4 qui évoque aussi de plus en plus de recrutements externes :

Y a pas tellement de transparence salariale hein, parce que je pense que par ailleurs, on dépense beaucoup d'argent à embaucher à l'extérieur. Maintenant ce n'est plus méritocratique comme un service public devrait l'être. Avant on les formait et ensuite on les embauchait et ensuite ils faisaient leur vie à Radio France quoi. Par exemple : ils ont commencé dans une France bleue, puis après il était embauché au natio, il y avait une espèce de méritocratie en fait. - Journaliste 4

C'est ce dont nous a aussi beaucoup parlé la journaliste 7 en explicitant les problèmes que cela engendre notamment dans l'organisation interne et dans un nouveau rôle qui est donné au journaliste : à savoir celui de la formation, qui s'ajoute à une fatigue importante que nous évoquerons dans cette partie :

Ça pose des problèmes car ils ne connaissent pas les pratiques, nous c'est une énorme machine et dans 90% des cas les gens externes arrivent et Pourquoi ne pas mettre les gens de la maison ? (...) On passe notre temps à faire des formations sur le tas alors que ce n'est pas mon taf de faire ça. - Journaliste 7

En outre, cette précarité est associée à un manque de moyens financiers, perçu comme inhérent au média radiophonique public. Le journaliste 5 évoque le budget :

Ça, effectivement, on naviguait à vue, c'était pas possible. Là, avec cette fraction de TVA qui est achetée au financement, c'est normalement un système pérenne. Donc là-dessus, on est tranquille. N'empêche que, on le voit à chaque fois justement qu'il y a les budgets des ministères qui sortent : on voit le budget du ministère de la Culture, qu'on voit qu'il rabote à droite, à gauche. C'est problématique. Alors pour l'instant, ils ne touchent pas au cœur de métier.- Journaliste 5

La journaliste 4 le souligne aussi : « Le truc c'est qu'ils ont pas de marge de manœuvre puisque chaque année le budget baisse, de contribution. » Ces coups de rabot que constate le journaliste 5 travaillant au siège, sont corroborés par la journaliste 4 qui dirigeait un service politique jusqu'il y a peu :

Oui, je vais vous dire un truc, mais je vous donne un exemple, une anecdote. Mais c'est très concret. Donc moi j'avais plus envie de diriger un service où il n'y avait pas

de moyens. J'ai rejoint le service reportage alors que je me suis battue pendant des années pour qu'il y ait plus de postes au service de FranceInfo. - Journaliste 4

La journaliste 2 évoque aussi le fait qu'il soit difficile de prendre du recul sur le travail tant l'enchaînement est important :

Parce que ce que je trouve le plus dangereux c'est vraiment ce truc quand t'enchaînes tes journées : journaliste ça fait stylé sur le papier, mais c'est surtout métro boulot dodo et t'as pas le recul d'être là en mode«ouais je fais partie du problème, tu vois ? - Journaliste 2

Ce qui est aussi ressenti sur les antennes Ici dans laquelle travaille la journaliste 6, qui explique qu'un poste a été supprimé, entraînant une réduction significative de la couverture territoriale. Celui-ci permettait auparavant de traiter de manière approfondie l'ensemble des actualités d'un département rural, lequel ne dispose désormais plus de journaliste spécifiquement attitré à la couverture de l'information locale, du moins au sein du service public : «On a perdu un poste en juin. C'est un poste qui a été supprimé. Celle qui est devenue red chef était RER⁵⁹ dans le Tarn et quand notre ancien red chef est parti, elle l'a remplacé et ils en ont profité pour supprimer ce poste.» (journaliste 6)

Ces non-remplacements confirment ce qui revient de manière constante dans nos interviews, entraînant des conditions qui se détériorent de l'intérieur, tant dans la production de l'information que dans la manière de la produire. La journaliste 3 qui dirigeait un service est particulièrement encline à parler de ce sujet et elle indique que : « Il y a un changement dans le paysage radiophonique. Il y a déjà moins, beaucoup moins de reportages, ce qui pour moi est le cœur du métier (...).» Elle abonde par ailleurs en disant que les baisses de moyens contreviennent à l'idée même du journalisme :

Les espaces dédiés au reportage coûtent cher et elles disparaissent parce que ça coûte trop cher de payer un reporter qui va à l'autre bout du monde ou quelqu'un qui prend une semaine pour faire un long format en interception ou un truc comme ça. Le reportage coûte cher et je trouve qu'il disparaît un petit peu malheureusement et que ça...peut-être... ça participe d'une décredibilisation quand la radio c'est plus que de l'opinion du blabla des invités nani nana et qu'on n'entend plus autre chose que ce qui se passe dans l'enceinte du studio, je trouve que ça pose des questions quand même. - Journaliste 3

Tout comme la journaliste 2, qui rappelle la difficulté d'exercer ce métier dans toutes ses spécificités: «Quand t'es en envoyé spécial, bah tu bosses un peu 24h sur 24 tu vois pendant

⁵⁹ Reporter en région.

une semaine et du coup bah ils sont en mode : c'est pas assez⁶⁰.» Par ailleurs, la journaliste 3 évoque sa situation de sous-effectif chronique, avec seulement 12 journalistes en poste au lieu de 16 ce qui intensifie sa charge de travail. Elle replace cette situation dans un contexte marqué par une augmentation du volume de l'actualité, sans que les effectifs n'aient été renforcés de manière proportionnelle.

Demander un 16e poste parce qu'on a un niveau d'information supérieur aux périodes précédentes, puisque il y a la guerre en Ukraine, il y a Gaza, il y a, eu l'Iran, il y a les États-Unis, donc un niveau de flux tendu pas possible d'informer correction, il y a moins de journalistes que le service est censé en comporter parce qu'il y a eu des mouvements internes, de la mobilité interne de certains collègues qui sont partis à la présentation dans d'autres services et donc le service est tombé jusqu'à 12 employés alors que c'est censé être un service de 16 personnes et la direction ne voulait pas remettre le service à 16. - Journaliste 3

Cette situation a conduit à une grève collective, visant à obtenir un poste supplémentaire et à faire reconnaître à la direction la pénibilité et la difficulté du travail dans ces conditions.

Par ailleurs, les journalistes soulignent qu'il leur est régulièrement rappelé qu'ils bénéficient de congés et de conditions de travail stabilisées une fois leur statut pérennisé, notamment lors de la récente commission d'enquête portant sur la prétendue partialité du service public, évoquée précédemment dans le cadre contextuel :

C'est beaucoup d'amalgames car on a créé une usine à gaz et les gens ne comprennent pas. (...) J'ai du mal à suivre, quel est le but ? ils confondent tout. C'est facile de dire vous coûter cher, vous avez plus de congés que la moyenne mais dans les faits ce n'est pas vrai, Radio France c'est 80 centimes par Français. Journaliste 7

La journaliste insiste sur le fait qu'il y a un manque de connaissance et de reconnaissance de leur travail au local, et met en avant ses journées intenses avec les déplacements, et le travail supplémentaire pour les réseaux sociaux.

De plus, pour l'enquêtée 3, la fragilité du service public réside dans la réduction continue des moyens humains et financiers. Des équipes trop réduites, une surcharge de travail et une fatigue accrue sont identifiées comme nous l'avons vu comme des facteurs pouvant conduire à des erreurs, et/ou un appauvrissement du travail journalistique. Par exemple, la journaliste 7 évoque la fois où elle n'avait pas eu le temps de vérifier le décès d'une personne et avait couvert une mort qui n'en était pas une : «Tu vois on a fait 30 minutes de spécial sur la mort de Martin Bouygues alors qu'il était pas mort. Il fallait qu'on puisse vérifier nos infos.»

⁶⁰ (Leur salaire).

La journaliste 4 évoque le terme de cercle vicieux dû à l'intensité de ce travail de vérification. Le fonctionnement en flux permanent avec des horaires extensifs et une équipe numériquement limitée (elle dirigeait une équipe de 5 personnes). Selon elle, cela crée un engrenage qui peut mener à l'erreur. Elle évoque un cheminement en cascade : une baisse des moyens, une surcharge de travail et une fatigue qui s'accumule :

Ce qui, en tout cas, nous entrave dans l'exercice de notre métier, c'est le manque de moyens. C'est par exemple, je vous donne un cas très concret, mais quand vous avez une petite équipe, que vous êtes confrontés à une série de crises politiques en cascade et que vous avez des gens qui sont sollicités parce qu'il faut avancer tout le temps, 7 jours sur 7, et quasiment 24 h sur 24. Les gens qui sont chargés de cette information-là sont 5. C'est peu. Voilà, un moment donné, le truc craque en fait. Et c'est à ce moment là qu'on commence à plus faire, à baisser les ambitions, à plus faire exactement ce qu'on aurait voulu faire, à pas envoyer autant sur le terrain les gens qu'on aurait aimé, de faire un reportage, parce qu'il va y avoir peut-être un papier, un truc, un machin. Le vrai risque, il est là en fait. - Journaliste 4

Comme elle le souligne, le manque de moyens entraîne une baisse des reportages qui pour tous les journalistes interrogés est le cœur du métier, comme nous l'avons vu plus haut. La journaliste 4 constate que cela provoque une «baisse des ambitions éditoriales» que nous avons aussi évoquée dans la thématique supérieure. La journaliste 3 travaille à FranceInfo et insiste sur le fait que l'information en continu est perçue comme un modèle très exigeant, mais fragile lorsqu'il n'est pas suffisamment soutenu. Elle souligne qu'à Radio France, chaque baisse budgétaire se traduit directement par une fragilisation du travail collectif.

Elle parle aussi de « filets de sécurité » qui sont plus que nécessaires selon elle, et qui permettent une remise en question interne, la confrontation des idées et *in fine* la prévention des erreurs : «Il y a aucun filet de sécurité, c'est-à-dire que le fait de pas être tellement nombreux oui. Il y a pas le pote qui va dire elle est complètement *** ton idée oui. Alors chez nous, (...) il y a des tas de filets de sécurité», en comparant son service à la radio publique (FranceInfo) à celui de la télévision de la même branche dont nous avons parlé plus haut.

En somme, tous les journalistes interrogés ont constaté que le manque de moyens oblige à faire des choix : moins d'envois sur le terrain, certaines fois des arbitrages entre reportages radio et contenus numériques, et la suppression de certains postes ou leur non remplacement. Cette question renvoie à une interrogation plus profonde que certains journalistes se posent : celle de la rentabilité des émissions. La journaliste 2, qui a commencé récemment dans le service public radiophonique après avoir fait de nombreux CDD dans des

Ici, s'interroge sur la rentabilité due à l'auditorat : «Et aussi justement je pensais qu'il y aurait pas de besoin de rentabilité puisque de toute façon c'est le service public tu vois ?» La journaliste 6 nous fait part de son ressenti sur cette question. Elle a quitté la radio privée car elle trouvait qu'«il y avait des choses qui étaient un peu « putaclic » dans le privé ou un peu grossie sur certains angles, donc j'ai eu envie d'essayer Radio France qui m'a plus convenu.» Elle continue en comparant son ancienne expérience avec celle qu'elle vit maintenant à Ici, en local. Elle remarque un changement depuis peu qui lui rappelle ses anciennes missions dans le privé :

Un peu plus aujourd'hui : on a l'impression que les red chefs font attention aux audiences. Mais quand je suis rentrée en 2012, il n'y avait pas du tout ce côté sondage, il n'y avait aucune pression de l'audimat et une ligne éditoriale au service des gens : faut leur rendre service, parler des sujets qui les concernent, dénoncer les choses qui sont pas normales. Alors que RTL c'était beaucoup on regarde beaucoup la concurrence, il nous faut ça, comme à TF1 ou Europe 1. On se faisait plus confiance à Radio France avant eux. Eux c'était vraiment : le matin on ouvrait *Le Parisien* « il parle de ça il faut qu'on parle de ça. - Journaliste 6

La question de la rentabilité du service public est aussi évoquée par le journaliste 5, qui évoque la suppression d'une chaîne dudit service :

Enfin n'empêche qu'ils ont fermé sans le dire vraiment, mais ils ferment l'antenne de Mouv parce que Mouv a jamais trouvé son public, parce que ça coûtait très cher pour très peu de résultats et puis en faisant ça, ils font des économies. Donc oui, il y a depuis, mais ça fait 10 ans qu'il y a ça... coups de rabot successifs. - Journaliste 5

Discussion

Ces entretiens avaient pour but d'analyser la manière dont les journalistes de la radio publique perçoivent leur rôle, leur influence et leur indépendance dans un contexte marqué par les enjeux divers que nous avons mentionnés plus haut. Nous avons initialement choisi ce sujet pour l'actualité médiatique et politique avec la suppression de la contribution à l'audiovisuel public et les nombreux procès en partialité qui lui étaient fait. En effet, les thématiques qui sont ressorties sont celles des enjeux liés aux mutations technologiques liés aux nouvelles technologies dont les réseaux sociaux numériques et l'intelligence artificielle, les enjeux politiques liés à une nouvelle forme d'éditorialisation du journalisme, et d'enjeux politiques divers (législatifs et institutionnels), et enfin des enjeux économiques structurants les modalités de fonctionnement de Radio France. Ces apports nous permettent d'avoir une meilleure réponse à la problématique de cette recherche, ainsi que des pistes de recherche et de recommandations que nous établirons en suivant. Les résultats de nos entrevues menées auprès de huit journalistes du service public radiophonique nous ont permis de dégager plusieurs constats généraux.

La radio publique à l'ère des radios privées

D'abord, nous remarquons dans ce que nous appelons un constat préalable que la radio publique est un média à double tranchant : celui de la rapidité, qui conduit pour certains journalistes à ne pas prendre le recul nécessaire sur les angles et les informations délivrées. En effet, la caractéristique même de la radio se fait par l'instantanéité :

Le vrai problème avec la radio c'est la définition de la radio. Tout le monde dit c'est le média de l'instantané et c'est cool et c'est vrai, c'est bien quand il se passe un truc et qu'on a besoin d'être là et d'expliquer ce qui se passe. - Journaliste 4

C'est ce dont parle aussi la journaliste 2 en aparté :

Il y a un gros problème de toute façon avec la radio qui est même mille fois plus fort que la presse écrite et qui est bon, peut-être un peu moins fort que la télé. C'est le besoin de l'instantané. Il faut changer la façon de faire et se dire que c'est ok de prendre le temps et c'est ok si on n'a pas quelque chose tout de suite. - Journaliste 2

Elle donne l'exemple du 13 novembre [2015] où elle explique que «c'est hyper intense : on est sur place et toi tu vis le truc en même temps que le journaliste. OK mais (...) le média de l'instantané ça a trop de travers. Et ça fait que tu ne réfléchis pas à ce que tu fais.» (journaliste 2) Nous avons observé que cette instantanéité peut nourrir l'ambivalence dans le

traitement de l'information. Un climat politique délétère ou une couverture importante de faits divers, et la volonté de rapidité, d'exclusivité voire d'instantanéité, peuvent oblitérer le recul et le temps nécessaire pour un traitement de l'actualité optimal et correspondant aux valeurs du service public, ce qui peut entretenir une forme de course à l'information avec les médias privés qui engendrent une détérioration du traitement général du contexte. Cela renvoie au fait que le service public audiovisuel est le seul média dont le fonctionnement et les missions sont inscrits dans la loi et dont le principe de nécessité régit son action, à la différence des médias dont les intérêts éditoriaux et financiers ne sont pas régis par les mêmes logiques de rentabilité et d'éditorialisation. Les journalistes interrogés se rendent compte d'un changement dans le paysage médiatique Français par une forme d'éditorialisation des contenus, ce qui rend le service public radiophonique d'autant plus singulier, comme le soulignent Eveno (2023) et Regourd (2013).

Une liberté d'action et une liberté éditoriale pleinement consacrées

Tous les journalistes soulignent la grande liberté dont ils bénéficient dans leur travail, ce qui peut paraître paradoxal comme le soulève le journaliste 5 eu égard au fait que le financement soit public. Cela se traduit tant par les marges de discussion avec leurs rédacteurs en chef, que par la possibilité de traiter de nombreux sujets sans restrictions.

La journaliste 3 nous donne un exemple d'un de ses collègues :

Et donc le journaliste à qui le redchef avait demandé ça a dit «ah non mais il est hors de question que je fasse cette interview» , enfin on va pas lui donner du crédit alors qu'elle a plein d'affaires, elle est en justice en fait cette personne. Et donc le redchef a dit «bon ben d'accord, tant pis, trouve-moi quelqu'un d'autre à interroger». - Journaliste 3

permettant de corriger des angles ou de mettre en œuvre le filet de sécurité dont parle la journaliste 4. Toutefois, lesdites marges apparaissent fortement dépendantes de la personnalité et de l'engagement des chefs de rédaction. La journaliste 8 rappelle en ce sens la possibilité d'un point de vue institutionnel de faire valoir son mécontentement dans ce service public médiatique :

Aujourd'hui, on a cette chance immense de pouvoir être dans un groupe qui peut critiquer sa PDG, enfin les journalistes peuvent critiquer le PDG, la PDG en l'occurrence : le pouvoir, pas pour le plaisir de critiquer, mais quand il y a des faits qui sont négatifs pour l'un ou pour l'autre, on a la chance de pouvoir être soumis librement à l'antenne et c'est très précieux - Journaliste 8

Ce qui, comme nous l'avons vu pour le journaliste 5, est moins présent dans les rédactions privées qui sont soumises à une forme «d'autocensure» (journaliste 5). Malgré tout, certains journalistes tempèrent cette liberté avec la pression nouvelle d'une forme d'attente des rédacteurs en chef (pour certains) et de pression de l'auditorat.

Cette forme de liberté journalistique contribue à forger le service public. Nous avons remarqué une différence avec les médias privés mise en avant par la journaliste 6, qui affirme avoir vécu de la misogynie chez ses anciens employeurs (privés). En effet, notre sixième enquêtée a mentionné qu'elle a déjà fait l'objet d'un refus d'un envoi en reportage parce qu'elle était une femme :

C'était pas très sympathique l'ambiance de travail. un peu misogyne même à l'époque. Femme, reporter, débutante, au service reportage, y'avait certain truc où on m'envoyait pas car «bah nan elle va pas y arriver », donc des fois j'essayais de dire que je pouvais mais bon ça se passait pas hyper bien avec certains chefs sur ce côté là.
-Journaliste 6

Elle mentionne en suivant qu'elle se sent aujourd'hui libre dans ses reportages. Nous pouvons donc souligner le fait que le service public assure, en théorie et dans les textes, les principes d'équité et d'égalité femmes-hommes, ce qui n'était vraisemblablement pas le cas dans sa précédente radio privée. Nous pouvons corrélér cela avec le traitement de l'information qui, si interdit aux femmes, renforce les stéréotypes professionnels sur les genres et entraîne des biais invisibilisant certains angles qui auraient pu permettre la diversité de traitement du contenu, entraînant par là même un appauvrissement de l'angle éditorial.

Bien que les journalistes interrogés affirment n'avoir jamais subi de pressions politiques directes dans l'exercice de leur travail. Ils soulignent néanmoins l'existence de contraintes indirectes, liées notamment aux conditions d'organisation du travail que nous avons édictées précédemment et aux arbitrages éditoriaux parfois versant au sensationnalisme. Cela renvoie à la théorie du cadrage sur laquelle les journalistes ont des marges de manœuvre sur les possibilités de caractériser les informations dans le but d'influencer la façon dont elles sont interprétées par le public (Hébert et al. 2015), et à la manière dont ceux-ci «sélectionnent différents éléments de la vie politique pour en faire une nouvelle et contribuent ainsi à déterminer ce dont les gens vont se souvenir et l'interprétation qu'ils feront d'un enjeu ou d'un problème social» (Entman, 1993, p. 54).

Un manque de moyens structurels

Nous remarquons que le budget législatif et les changements économiques ne sont pas la priorité des journalistes interrogés. Si la suppression de la redevance audiovisuelle suscite une certaine incertitude quant aux modalités de financement du service public, les deux journalistes syndiqués interrogés (journalistes 5 et 7) estiment néanmoins que la « formule » économique actuelle est pérenne. Alors même qu’initialement, nous voulions baser notre recherche sur ce paradoxe de financement, ces journalistes considèrent la question de leur dotation importante, mais sans estimer qu’elle est leur priorité, au regard des conditions de travail et des enjeux éditoriaux qui existent par ailleurs.

L’ordre économique est mis en cause par les enquêtés d’un point de vue interne. Sept journalistes sur huit nous ont parlé du sous-financement de la radio qui limite à la fois les perspectives de carrière, la stabilité des équipes et les capacités de production journalistique. En effet, les journalistes évoquent des budgets particulièrement contraints qui pourraient aussi être utilisés selon la même journaliste pour appauvrir et terminer le système public radiophonique, comme nous l’avons déjà cité : « C’est ma crainte. Est-ce que ça ne veut pas venir de là, en fait, qu’on nous coupe le robinet ou que qu’on ait plus les moyens de travailler correctement » (journaliste 6). Cette situation alimente une forme d’usure professionnelle et conduit certains journalistes à envisager des trajectoires alternatives, notamment vers des *pure players*, perçus comme plus « attractifs » sur le plan éditorial ; d’autres s’inquiètent et ironise sur la situation à venir du journalisme en radio publique : « Enfin moi je le sens en tout cas, c’est un peu une blague, mais sans en être une (...) en 2027, j’irai élever des chèvres dans le Larzac » (journaliste 8).

Comme nous l’avons vu dans l’analyse des résultats, nombreux sont les interrogés à déplorer le manque de moyens qui entraîne des conséquences en cascade : plus d’embauche ou des postes non remplacés, ce qui entraîne un manque de personnel nécessaire pour couvrir les actualités et pour faire des reportages (nous reviendrons sur ce point ci-après), ce qui engendre par là même une fatigue des équipes qui est jugée critique (par, par exemple, la journaliste 4 qui explique l’engrenage et le cercle vicieux), et qui peut conduire à l’erreur dans le travail.

Ce manque de moyens renvoie plus largement à une précarité dans le travail, qui à la condition et au statut d’intellectuel précaire qui définit, pour d’aucuns, le métier de journaliste. Cela renvoie plus généralement à une polyvalence qui leur enjoint de faire face en même temps à l’incertitude de leur situation professionnelle, à l’alourdissement de leur

charge de travail et à des défis (Landry, 2021) posés par la prolifération de nouveaux défis numériques et politiques.

Parmi les défis, les journalistes qui travaillent aux services politique et économique ressentent un sentiment de fatigue à la fois informationnelle et contextuelle. La première résulte du flux continu d'actualités qui est de plus en plus intense, tandis que la fatigue contextuelle renvoie à un état plus général préoccupant de la place du service public dans le paysage médiatique actuel. En effet, l'accumulation de crises internationales et l'afflux d'informations politiques engendrent une tension au sein des rédactions. On constate ainsi des sous-effectifs qui semblent structurels et qui contribuent à un ensemble généralisé exsangue. Cette question des sous-effectifs n'apparaît pas s'améliorer. Les journalistes relatent un système très dur en interne pour avoir une place au sein des rédactions. Comme nous l'avons vu, ils constatent des difficultés dans l'accès au métier. Les concours et les moyens d'entrer dans le service public radiophonique sont de plus en plus durs selon les journalistes interrogés, tout comme la précarité qui s'accroît dans les statuts, et la révocabilité généralisée que permet ce système. Les entretiens nous amènent à conclure à une forme d'étiollement de la méritocratie (qui constitue un socle pour les services publics) avec un système qui est de moins en moins ascendant, et de plus en plus difficile d'accès, comme l'ont souligné Accardo et Chupin avec les tensions qui traversent et engendrent la précarité du métier de journaliste.

Une soumission forte à la régulation externe

Aussi, ces contraintes prennent la forme de pression, qui se retrouvent par ailleurs dans une régulation trop intense du contenu. En effet, les deux journalistes travaillant dans un service politique que nous avons interrogées ont évoqué le fait que l'Arcom avait un rôle prépondérant dans leur travail ; que cette autorité leur enjoignait de respecter le pluralisme, au détriment d'un traitement de l'actualité pertinent. La journaliste 4 l'évoque avec un cas très parlant :

Par exemple au moment où Lecornu essaie de passer un deal avec le PS. Statiquement, tu vas avoir intérêt à inviter beaucoup de PS à l'antenne. Beaucoup Olivier Faure, beaucoup Vallaud etc., et là, tout d'un coup, y'a ***⁶¹ qui déboule et te dit qu'il faut arrêter d'inviter le PS. Comment ça ? On a explosé le temps d'antenne et donc tu te retrouves à devoir inviter des cadres RN, dont ****⁶², alors qu'elle n'a rien à voir avec l'actualité pour parler du deal sur les retraites. C'est débile. - Journaliste 4

⁶¹ Nom du supérieur.

⁶² Nom de la cadre invitée dans l'émission dont parle la journaliste.

Il ressort ainsi une forte soumission aux exigences de l'Arcom, qui peut parfois biaiser le travail journalistique, en imposant des critères stricts de pluralisme et de temps de parole qui tendent à se faire au détriment de la pertinence et de la profondeur de l'analyse de l'information. Cette soumission s'inscrit dans une logique de justification de la responsabilité sociale des médias ; toutefois, certains journalistes estiment ne pas avoir besoin de ces calculs de temps d'antenne pour garantir un travail journalistique de qualité.

C'est ce que nous avons vu avec la journaliste 7, pour qui en outre cette contrainte n'est pas appliquée avec autant de rigueur par les rédactions dans le secteur privé. La journaliste 8 se fait toutefois l'avocat du diable et tempère, en nous expliquant qu'au regard du contexte actuel (elle cite notamment la commission d'information voulue par les députés de la droite sur la neutralité, le fonctionnement et le financement de l'audiovisuel public), ces calculs permettent de mettre en avant le travail du service public radiophonique quand celui-ci est attaqué : « Donc ça, c'est vraiment pour faire le job démocratique qui s'impose et pour être serein de ce côté-là et pouvoir le dire éventuellement aux politiques qui le reprocheraient. Mais c'est très bien qu'il y ait quelqu'un qui veille à ça. » (journaliste 8)

En effet, ces injonctions qui sont censées garantir le pluralisme et l'impartialité du service public ne semblent pas suffire d'un point de vue idéologique pour assouvir les critiques des détracteurs dudit service. De plus, il apparaît que certains autres médias, comme CNEWS, aménagent ces mesures de pluralisme par des « rattrapages nocturnes » et d'autres méthodes de contournement, comme en atteste un rapport de RSF⁶³. D'après Reporters sans frontières, ces pratiques participent à ce que l'on qualifie de « grand contournement » du pluralisme, en amplifiant certaines opinions au détriment d'autres, moins représentées. Cette situation interroge la régulation des médias et la responsabilité des diffuseurs dans la garantie d'un espace public véritablement équilibré et diversifié, qui est légalement garanti par le service public.

Une couverture locale qui s'écarte petit à petit du principe de nécessité

Au niveau local, nous avons constaté une couverture du territoire réduite voire inéquitable. L'idée de décentralisation de l'information en est amoindrie, ce qui entraîne une invisibilisation de certains territoires au détriment d'autres plus grands en termes démographique. En effet, à Ici Occitanie, tous les journalistes de la rédaction habitent à

⁶³ Reporters sans frontières. (2025, 26 novembre). Pluralisme en France : sur CNews, le grand contournement. RSF. <https://rsf.org/fr/pluralisme-en-france-sur-cnews-le-grand-contournement>.

Toulouse, et ils sont de moins en moins tenus de couvrir une zone en particulier appartenant aux départements environnants. Comme le souligne la journaliste 6 :

Le fait qu'on réduise la voilure au niveau local et qu'on couvre moins de territoire (...) On a perdu un poste de reporter dans le Tarn, les gens vont nous dire : on vous voit jamais. L'Ariège on y va rarement. Y'a moins ce maillage territorial avec les postes qui ferment dans les petites locales. Surtout si on fusionne avec France 3 : ça fait des pôles comme Toulouse ou Nice, mais le Var par exemple y'a très peu de personnes alors que y'a de l'actualité, il faut que les gens soient au courant. - Journaliste 6

Pour elle, les journalistes sont soumis à des principes de rentabilité et d'efficacité de plus en plus importants. Si cela continue, selon elle : «Il n'y aura que des pôles dans les grandes métropoles quoi», même si elle évoque les missions principales en local qui demeurent : «C'est notre rôle à radio France de couvrir tout. On a aussi un rôle pour diffuser des consignes dans le cadre de grosses catastrophes météo. On relaie les consignes de sécurité : on est obligé de le faire.» (journaliste 6) Alors que le principe de nécessité est ce qui caractérise le service public, il semble que le principe de rentabilité soit priorisé en l'espèce, ce qui signifierait que ledit service se base sur les principes des radios concurrentes privées qui ne sont pas tenues légalement à une neutralité telle que celle demandée au service public.

En effet, dans ce contexte, le service public ressemble de plus en plus à un média concurrentiel privé, dont l'objectif principal serait la maîtrise des coûts et l'optimisation des indicateurs de performance, plutôt que la satisfaction des besoins de l'ensemble des publics. Cette orientation soulève des questions sur la capacité du service public à maintenir son rôle d'intérêt général face aux pressions extérieures, ce qui renvoie également au projet de privatisation et de holding souhaité par une partie de la droite. Dès lors, les principes du Consensus de Washington sont de plus en plus appliqués au service public des médias qui paraît plus être considérés comme des coûts à maîtriser soumis à des indicateurs de performance qu'un service rendu à tous les publics. Par ailleurs, cela semble encouragé par des logiques managériales issues du privé (*New Public Management*) au détriment d'une égalité et d'une continuité du service public qui se trouve dans les dispositions légales qui déterminent les missions du service public de la radio.

Une perception négative et en contradiction de l'espace dédié au reportage

De plus, et comme nous l'avons vu dans la deuxième thématique, nous constatons un déclin des espaces consacrés au reportage, pourtant largement considéré comme le cœur du métier de journaliste, en particulier à la radio.

Comme le soulignent plusieurs journalistes dont la journaliste 8 : « mes collègues reporters disent qu'il y a moins de départs⁶⁴ ». Le reportage est perçu comme une pratique coûteuse sur le plan financier, ce qui contribue à sa progressive mise à l'écart, au profit de formats moins exigeants en ressources comme le recours à des professionnels sur des plateaux, plutôt que des envoies sur le terrain, dont parle la journaliste 7. Pour autant, le reportage constitue une enquête de terrain fiable qui contribue à enrichir l'information par des témoignages concrets, qui tient aussi à l'idée de la crédibilité journalistique (McQuail, 2013). Cela donne accès aux citoyens à des informations de terrain sans invisibiliser les réalités sociales (en théorie) pour se forger une opinion, plutôt qu'un contenu opinionnel ou normatif (ce que dénonce la journaliste 4 de ce qu'elle appelle : information descendante). Malgré cette baisse de reportages constatée par les journalistes, le service public demeure une radio qui en produit beaucoup, les heures cumulées de reportages sur les radios principales (FranceInfo, France culture, et France musique) pour les mois de septembre, octobre et novembre 2025, s'élèvent à près de 720 heures par mois de reportages sur le terrain⁶⁵, ce qui permet dans une certaine mesure de ne pas remplacer le réel par le commentaire. Nous pouvons considérer qu'à terme, la disparition du reportage est envisagée comme un risque de décrédibilisation du média radiophonique, fondé historiquement sur la proximité avec le terrain et l'enquête.

Une identité professionnelle forte voire renforcée par le contexte

Avec plus ou moins d'intensité, les journalistes ont tous parlé de la situation politique actuelle et du procès en partialité de leur institution. Une identité professionnelle se révèle, construite à la fois sur des compétences communes et sur un attachement aux valeurs du service public. En effet, des compétences et rôles communs ressortent de nos entretiens : « On est tous très attachés au service public. On pourrait partir et gagner beaucoup plus ailleurs, mais on le fait pas car on est très attachés à ça », comme l'évoque la journaliste 7 et comme les entretiens nous le laissent ressentir. Malgré les enjeux nombreux que nous avons évoqués qui prennent parfois la forme de contraintes dans la pratique du métier, les journalistes définissent leur engagement professionnel à travers le respect de la mission d'information, la rigueur déontologique et la volonté de servir l'intérêt général. L'attachement au service public de la radio constitue alors un élément central de leur identité professionnelle, qui leur permet de faire face aux tentatives de stigmatisation et de maintenir

⁶⁴ En reportage.

⁶⁵ Radio France. (2025, 17 décembre). *Clichés versus réalité : Ce qu'est vraiment Radio France*. Radio France. <https://www.radiofrance.com/presse/cliches-versus-realite-ce-quest-vraiment-radio-france>

la légitimité de leurs pratiques dans un contexte de remise en cause de leur neutralité, et qui renvoie au processus expliqué par Dubar quant à cet idéal commun. Cette dimension identitaire semble fonctionner comme un repère partagé, structurant leur manière de penser et d'exercer leur métier, tout en renforçant une cohésion implicite au sein de la rédaction.

Conclusion de la discussion

Finalement, les mutations technologiques les enjoignent d'être malléables dans leur quotidien de journaliste radio avec le développement d'une forme de polyvalence dans l'exercice du métier due aux réseaux sociaux. Les journalistes ne perçoivent pas l'intelligence artificielle comme une menace. Ils la considèrent plutôt comme un outil performant, capable d'accompagner leur travail en optimisant certaines pratiques jugées chronophages. Aucun des journalistes ne nous en a parlé comme outil d'écriture qui remplacerait leur quotidien mais comme un outil d'aide et d'accompagnement. Toutefois, Radio France s'est dotée d'une charte interne comme nous l'a confirmée la journaliste 8 qui continue d'être peaufinée aux termes des dires du journaliste 5. Par ces entretiens nous pouvons conclure de manière générale un attachement profond des journalistes au service public radiophonique et une volonté de l'intégrer pour ce qu'il représente : tant dans la conception de l'intérêt général et d'utilité sociale, que pour son pluralisme et ses possibilités - plus ou moins - de mutations internes, malgré ses fragilités. En effet, les difficultés évoquées relèvent davantage d'un affaiblissement progressif dû à un contexte politique enclin à une potentielle future privatisation ou une coupe dans les budgets, que d'une remise en cause de ses principes fondamentaux.

Recommandations

Eu égard à notre travail d'analyse des entrevues, il apparaît que les thématiques sortantes poussent à se questionner sur le système même et le fonctionnement du service public de la radio. Il semble que certaines pistes de recommandation se dégagent, quelques-unes peuvent prendre la forme de truismes tautologiques mais il nous a semblé important de les souligner. En effet, au regard de l'ensemble des entretiens menés et des éléments issus de l'état de l'art et du contexte étudié, plusieurs recommandations émergent logiquement pour renforcer la solidité de l'institution.

Il est tout d'abord nécessaire d'encadrer et de mieux évaluer les enjeux de moyens qui amènent des situations de sous-effectif des rédactions, qui apparaissent comme des facteurs structurants de fragilisation. Les EGI ont déjà réfléchi à ce système de financement que nous avons évoqué dans le cadre contextuel. Mais nous pensons que rompre ce cercle vicieux des ressources insuffisantes suppose une enveloppe plus importante et pérenne et un soutien renforcé aux rédactions, ainsi qu'au volet enquête/ reportage dans les rédactions compétentes.

Parallèlement, nous pensons et avons remarqué que la restauration du sens du travail passe par une revalorisation des missions et du statut en interne, une plus grande participation des journalistes aux décisions de manière générale et une meilleure prévention de l'épuisement professionnel serait bénéfique pour l'identité professionnelle dans le service public.

De même, la consolidation d'un travail indépendant se fait par des garanties de financement et par des mécanismes internes réfléchis par les syndicats et les employés de concert. Nous pensons donc qu'une collégialité dans la prise des décisions pourrait mieux servir l'intérêt général d'une manière globale.

Aussi, l'usage des technologies et de l'intelligence artificielle doit être balisé en dotant les rédactions d'une charte spécifique. D'après la journaliste 8, il en existe déjà une disponible sur l'intranet de Radio France mais le journaliste 6 évoque le fait qu'elle soit en cours de consolidation. Cet instrument permettrait de garantir une utilisation maîtrisée qui permette de réinvestir le temps gagné dans l'enquête et la vérification, cœur du métier journalistique selon tous les journalistes interrogés.

La mutation technologique de la radio (podcasting, réseaux sociaux numériques) invite également à repenser la stratégie éditoriale, en différenciant davantage les logiques locales et nationales, en limitant la dépendance à l'auditorat et en développant des formats

moins soumis à la pression du direct (même si nous avons conscience que c'est l'instantanéité qui caractérise, entre autres, la radio).

Le rapport du service public à l'Arcom mérite lui aussi d'être clarifié : une régulation plus adaptée à la singularité des missions publiques permettrait de réduire l'autocensure et d'affirmer une déontologie propre.

Ces recommandations visent à permettre au service public radiophonique de remplir pleinement sa mission démocratique, en conciliant innovation, indépendance et «exigence» journalistique.

Limites

Avant de conclure, et parce que notre recherche peut être imparfaite sur certains points, il convient de nuancer ce qui a été écrit, et les données avec certaines limites qui s'en dégagent.

Pour commencer, concernant la méthode, nous n'avons effectué que huit entretiens : cet échantillon ne représente pas l'intégralité des perceptions des journalistes, et n'est pas non plus une moyenne. Ainsi, ce panel peut être considéré comme un aperçu des préoccupations en circulation.

De plus, concernant les personnes contactées, il a été difficile d'avoir des réponses. De manière générale, les journalistes n'avaient pas le temps, ce qui dans une certaine mesure confirme la surcharge de travail dont nous avons parlé. Ceux qui ont répondu à nos interrogations se sont montrés parfois réticents à l'idée de parler de leurs conditions.

Nous avons remarqué pour certains que leur expression a été freinée. En effet, même si cette étude n'a pas vocation à être distribuée au sein de la direction et/ou des rédactions de Radio France, il apparaît à notre sens que sa publicisation a fortement limité l'expression de certains enquêtés, qui se sont censurés et qui donc n'ont peut-être pas pu exprimer ce qu'ils auraient aimé initialement dire. Par ailleurs, durant les entretiens, certains journalistes ont demandé à ce que leurs propos soient «off» car ils dénoncent un fonctionnement ad hominem voire ad personam. Nous avons aussi constaté que certaines personnes contactées n'ont pas souhaité répondre car elles n'estiment pas avoir une place assez importante au sein du système, ni une expérience assez marquante pour pouvoir se joindre à nos recherches ; nous déplorons que cela ait pu se présenter.

Par ailleurs, une limite que nous pouvons compter dans notre recherche est le fait qu'il n'y ait pas eu d'harmonisation parfaite dans les rédactions au sein de Radio France : nous avons pris le service public radiophonique dans son ensemble et n'avons pas sélectionné une de ses branches. Bien que le but était aussi d'avoir un panorama des perceptions en fonction des rédactions, ce triptyque (national avec diverses chaînes et local), voulu afin de travailler sur un panel large de journalistes qui traitent l'information, a permis une compréhension du système dans sa globalité, au détriment peut-être d'une commune situation.

Également, la parité n'a pas été respectée dans les entretiens, nous n'avons interrogé qu'un homme et sept femmes, alors que selon le recensement national du nombre de journalistes effectué par la Commission de la Carte d'Identité des Journalistes Professionnels, il y a quasiment autant d'hommes que de femmes dans la profession. Nous n'avons ainsi pas laissé transparaître cette égalité. Cela a aussi pu biaiser les dires des journalistes : les expériences féminine et masculine pouvant connaître des différences de traitement (misogynie comme nous avons vu, congés, plafond de verre...).

Ensuite, les étapes du mémoire étant séquencées, et les actualités étant numériquement importantes et mouvantes dans le cadre du contexte de cette recherche, nous avons dû borner la recherche. Nous considérons que les résultats doivent être interprétés de manière figée, c'est à dire d'une perception à un moment T ; et ne rendent pas compte de l'ensemble des opinions ou observations qui auraient pu être émises après les séquences contextuelles qui se sont profilées.

De plus, le choix de thématiques larges a forcément fait ressortir de grands ensembles. Le fait que nous n'ayons pas gardé toutes les réflexions des interrogées a pu desservir la pertinence de certaines réflexions.

Finalement, dans le cadre du master trinational, il aurait peut être été opportun de comparer les services publics des trois pays qui composent le diplôme.

La question aurait aussi pu se poser en comparant le service public de celui privé. En nous appuyant sur les notions de pluralisme mais surtout de ligne éditoriale, la vision comparative aurait peut être été enrichie.

En conclusion, cette recherche ne prétend ainsi pas être la parfaite représentation de l'entièreté de la perception des journalistes sur le service public radiophonique. Nous avons tenté de faire transparaître le mieux possible les réalités par la perception d'un échantillon que l'on a souhaité et tenté d'avoir le plus divers possible. Malgré les limites que nous venons d'établir, la réalité et véracité des perceptions de cette recherche restent entières ; les perceptions recueillies et discutées ne sont, à notre sens, en aucun cas invalidées par certaines restrictions qui nous incombent.

Conclusion

En conclusion, les médias du service public sont particulièrement vecteur du bon fonctionnement démocratique, comme en attestent les dispositions caractérisant ses missions. La radio, par son histoire et ses capacités mobilisatrices, ainsi que par son écoute massive et sa popularité en France représente un terrain d'étude intéressant. En ce sens, le service public radiophonique fait d'ailleurs figure de proue dans l'offre radiophonique Française, et se compose d'une offre diversifiée qui mélange information, fiction, reportage, qui atteint des publics variés : urbains, ruraux, jeunes, seniors, et qui demeure l'un des supports d'information les plus consultés en temps réel. Pour autant, même si la radio publique est de plus en plus plébiscitée, les valeurs entourant le service public et le journalisme sont remises en question par de plus en plus de citoyens.

De nombreux enjeux traversent la radio publique, certains sont des risques démocratiques externes comme la désinformation ou la concentration médiatique, et d'autres composent des risques démocratiques internes comme les enjeux du financement et les nombreuses remises en cause politiques de l'impartialité et de la neutralité des journalistes.

Plusieurs chercheurs se sont déjà penchés sur la question du rôle des journalistes en société, et sur le service public, mais peu ont spécifié le rôle de l'un dans l'autre, et vice versa. Or, le métier de journaliste est en constante évolution et les enjeux autour de la survie du service public des médias aussi.

Il est ainsi intéressant de disposer de données récentes pour comprendre ce rôle. C'est de ce fait que nous avons effectué des entretiens semi-dirigés avec huit journalistes afin d'appréhender leur perception face à leur situation. Le mémoire interroge ainsi la manière dont les journalistes de l'audiovisuel public de la radio perçoivent leur rôle et leur autonomie professionnelle, et en quoi cette perception influence leur conception du service public et de sa mission.

Notre recherche a permis de mettre en évidence que les conditions de travail des journalistes sont affectées par de nombreuses pressions dans la pratique. En effet, malgré un contexte en tension, les journalistes du service public radiophonique que nous avons interrogés partagent tous une vision et un attachement très profond à leur institution, qu'ils considèrent nécessaire au fonctionnement démocratique et juste dans le traitement de l'information. Pour autant,

tous sont offusqués et inquiets du procès en neutralité de leur institution. En ce sens, certains estiment que les règles de l'Arcom sont bénéfiques pour montrer que le service public respecte ses devoirs et que sa raison d'être ne peut être remise en cause. D'autres en revanche considèrent que ces règles sont trop nombreuses et biaisent le travail journalistique, notamment durant les périodes de campagnes politiques.

De plus, le travail journalistique demeure précaire notamment à l'entrée, ce qui est d'autant plus le cas sur le service public radiophonique où les conditions d'accès, selon les journalistes interrogés, sont de plus en plus dures et de moins en moins claires.

Le travail dans le service rencontre des difficultés structurelles comme une surcharge de travail qui peut entraîner pour certaines équipes une forme de fatigue qui peut engendrer des erreurs dans le traitement de l'information.

Même si rares, comme le soulignent avec insistance les journalistes, les erreurs peuvent aussi être dues à un contexte médiatique tendu, une éditorialisation de plus en plus prégnante dans la manière de traiter les informations, et des choix dans le traitement de certains sujets qui alimente un alignement avec les médias privés, qui ne répondent pas aux mêmes logiques de rentabilité et de ligne éditoriale que le service public. Cela tend à modifier le paysage médiatique global et donc la position du service public dans celui-ci.

Bien que cette recherche ne représente pas l'intégralité des journalistes de la radio publique, elle rend compte d'un panel important qui a permis d'avoir une vision d'ensemble des enjeux. Nous avons pu mettre en lien les préoccupations des journalistes avec le contexte actuel politique et financier exsangue tout en opposant leurs craintes sur certains points, afin d'avoir un état des lieux général, nécessaire au regard des risques démocratiques existants.

Bibliographie

Lecture scientifique

Albero, B., & Las Vergnas, O. (2022). La revue de la littérature scientifique : Préalable à toute démarche d'enquête méthodique. In B. Albero (Éd.), *Enquêter dans les métiers de l'humain. Traité de la méthodologie de la recherche en sciences de l'éducation et de la formation* (Vol. 1, pp. 79–98). Éditions Raison et Passions.

<https://doi.org/10.3917/rp.alber.2022.01.0079>

Bourdon, J. (1990). *Haute fidélité : Pouvoir et télévision, 1958–1988*. Éditions du Seuil.

Cagé, J. et Huet, B. (2021). L'information est un bien public : Refonder la propriété des médias. Le Seuil.

<https://doi.org/10.3917/lc.cage.2021.01>.

Chamboredon, H., Pavis, F., Surdez, M., & Willemez, L. (1994). S'imposer aux imposants. À propos de quelques obstacles rencontrés par des sociologues débutants dans la pratique et l'usage de l'entretien. *Genèses. Sciences sociales et histoire*, 16, 114–132.

Charon, J.-M. (2003). L'éthique des journalistes au XXe siècle. De la responsabilité devant les pairs aux devoirs à l'égard du public. *Le Temps des médias*, 1, 200–210.

Charon, J.-M. (2005). Le service public français dans la tourmente. *MédiaMorphoses* (Hors Série n°2), 21–27.

<https://doi.org/10.3406/memor.2005.2654>

Crisell, A. (1994). *Understanding Radio*. London : Routledge. (2nd edition).

Chupin, I. (2014). Précariser les diplômés ? Les jeunes journalistes entre contraintes de l'emploi et ajustements tactiques. *Recherches Sociologiques et Anthropologiques*, 45(2), 103–125.

<https://doi.org/10.4000/ras.1282>

Deleu, C. (2013). Y a-t-il une spécificité du service public en matière radiophonique ? *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 14(2), 95–110.

<https://doi.org/10.3917/enic.015.0095>

Delorme-Montini, B. (2006). Les médias en France, chronologie (1953–2005). *Les Débats*, 139, Penser la société des médias II

<https://shs.cairn.info/revue-le-debat-2006-2-page-172?lang=fr>

Delporte, C. (1999). *Les journalistes en France (1880–1950). Naissance et construction d'une profession*. Paris : Seuil.

De Proost, S. (2005). *Nouvel espace public, nouvelle légitimité?* In MédiaMorphoses (Hors-série n° 2 : Une télévision sans service public?), 95–99.

<https://doi.org/10.3406/memor.2005.2663>

Dubar, C. (1991 & 2002). *La socialisation. Construction des identités sociales et professionnelles*. Paris : Armand Colin.

El Hadji Malick Ndiaye. (2021). Le service public audiovisuel et sa régulation dans le REFRAM : une étude exploratoire des relations entre médias de service public et régulateurs.

<http://journals.openedition.org/communiquer/8925> ;

<https://doi.org/10.4000/communiquer.8925>

Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58.

<https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>

Eveno, P. (2023). Audiovisuel public : La redevance, garantie d'indépendance ? *Revue Projet*, 2023/1 (N° 392), 78–81.

<https://doi.org/10.3917/pro.392.0078>

Fraser, N. (1990). Rethinking the public sphere: A contribution to the critique of actually existing democracy. *Social Text*, (25/26), 56–80.

<https://doi.org/10.2307/466240>

Garnham, N., & Gosselin, A. (2005). L'audiovisuel public au service de la démocratie. In *MédiaMorphoses. Hors-série, n°2, Une télévision sans service public?*, pp. 85–91.

<https://doi.org/10.3406/memor.2005.2662>

Guillemette, F., Luckerhoff, J., Plouffe, M.-J., & Fall, O. (2021). La recherche qualitative : une analyse du vécu humain. Clarification conceptuelle à partir de nos recherches avec des

personnes marginalisées. *Enjeux et société*, 8(1), 10–35.

<https://doi.org/10.7202/1076534ar>

Hallin, D. C., & Mancini, P. (2004). *Comparing media systems: Three models of media and politics*. Cambridge University Press.

<https://doi.org/10.1017/CBO9780511790867>

https://www.academia.edu/28693536/Hallin_Mancini_Comparing_Media_Systems_1

Heyns, C. & Srinivisan, S. (2013). Protecting the Right to Life of Journalists: The Need for a Higher Level of Engagement. Dans : *Human Rights Quarterly*, 35, 304-332. URL:

https://www.researchgate.net/publication/265726014_Protecting_the_Right_to_Life_of_Journalists_The_Need_for_a_Higher_Level_of_Engagement

Hollander, A. (1996). Talk radio: Predictors of use and effects on attitudes about government. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 73(1), 102–113.

<https://doi.org/10.1177/107769909607300110>

Jacka, E. (2005). L’audiovisuel public, une défaite pour la démocratie ?. In *MédiaMorphoses. Hors-série, n°2, Une télévision sans service public?*, pp. 69–77.

<https://doi.org/10.3406/memor.2005.2659>

Jeanneney, J.-N., et Chauveau, A. (1999). *L’écho du siècle : Dictionnaire historique de la radio et de la télévision en France*. Hachette Littératures / Pluriel.

Johnson-Cartee, K. S. (2004). *News narratives and news framing: Constructing political reality*. Rowman & Littlefield Publishers.

<https://doi.org/10.5771/9781461639558>

Larsen, B. S. (2000). Radio as ritual. *Nordicom Review*, 21(2), 259–274.

<https://doi.org/10.1515/nor-2017-0384>

Locsin, R. C., & Schoenhofer, S. O. (2024). *Qualitative research methods, inductive and deductive: Valuable approaches to nursing knowledge development for practice*. *Nursing & Health Sciences*. Advance online publication.

<https://doi.org/10.1111/nhs.13128>

McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–187.

McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory* (6th ed.). Sage.

Neff, T., & Pickard, V. (2021). Funding democracy: Public media and democratic health in 33 countries. *The International Journal of Press/Politics*, 26(3), 601–627.
<https://doi.org/10.1177/19401612211060255>

Neveu, É. (1993). Compte rendu : Denis Ruellan, Le professionnalisme du flou. Identité et savoir-faire des journalistes français, 118-119.
https://www.persee.fr/doc/mots_0243-6450_1993_num_37_1_2150

Paillé, P. et Mucchielli, A. (2016). Chapitre 11. L'analyse thématique. Dans Armand 87 Colin (dir.). *L'analyse qualitative en sciences humaines et sociales* (1e éd., vol. 1). Collection U.
<https://shs.cairn.info/analyse-qualitative-en-sciences-humaines-et-social--9782200614706-page-235?lang=fr>

Paugam, S. (2012). S'affranchir des prénotions. In S. Paugam (Ed.), *L'enquête sociologique* (pp. 5–26). Presses Universitaires de France.
<https://doi.org/10.3917/puf.paug.2012.01.0005>

Payette, D., & Brunelle, A.-M. (2007). 1. La radio. In *Le journalisme radiophonique*. Montréal: Presses de l'Université de Montréal.
<https://doi.org/10.4000/books.pum.10140>

Regourd, S. (2013). Archéologie du service public audiovisuel : quel passé pour quel futur ? *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 14(2), 27–37.
<https://doi.org/10.3917/enic.015.0027>

Ruellan, D. (1993). Le professionnalisme du flou : Identité et savoir-faire des journalistes français. Presses universitaires de Grenoble.

Sainsaulieu, R. (1985). L'identité au travail : Les effets culturels de l'organisation. Presses de la Fondation Nationale des Sciences Politiques.

Savoie-Zajc, L. (2010). L'entrevue semi-dirigée. In *Recherche sociale - De la problématique à la collecte de données* (5e éd., pp. 337–360). PUQ.

Siebert, F. S., Peterson, T., & Schramm, W. (1956). *Four theories of the press: The authoritarian, libertarian, social responsibility, and Soviet communist concepts of what the press should be and do*. University of Illinois Press.

Sonnac, N., & Gabszewicz, J. (2013). L'industrie des médias à l'ère numérique (3^e éd.). La Découverte.

<https://doi.org/10.3917/dec.sonna.2013.01>

Tétu, J.-F. (2004). La radio : un média ancien et toujours moderne. *Revue Hermès*, (38). CNRS Éditions.

Urteaga, E. (2001). La précarité des journalistes locaux. *Lapurdum*, 1(6), 369–389.

<https://doi.org/10.4000/lapurdum.1243>

Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. UNESCO.

Wolton, D. (2012). Chapitre 4. Espace public et communication politique dans les sociétés ouvertes. *Indiscipliné : 35 ans de recherches* (p. 146-190). Odile Jacob.

<https://shs.cairn.info/indiscipline--9782738127471-page-146?lang=fr>.

Autres sources et sitographie

Arcom. (n.d.). *Les Français et la radio*. Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique.

<https://www.arcom.fr/se-documenter/etudes-et-donnees/etudes-bilans-et-rapports-de-larcom/es-francais-et-la-radio>

Arcom. (s.d.). *L'audiovisuel public en France*. Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique.

<https://www.arcom.fr/nous-connaître/notre-institution/laudiovisuel-public-en-france>

Arcom. (2025, 18 septembre). *À l'issue des auditions des présidentes de France Télévisions et de Radio France, l'Arcom souhaite approfondir ses travaux sur l'impartialité du service public* [Communiqué de presse].

<https://www.arcom.fr/presse/lissue-des-auditions-des-presidentes-de-france-televisions-et-de-radio-france-larcom-souhaite-approfondir-ses-travaux-sur-limpartialite-du-service-public>

Assemblée nationale. (2006). *Rapport d'information sur le service public audiovisuel*.

<https://www.assemblee-nationale.fr/12/rap-info/i2917.asp>

Assemblée nationale. (2025, 30 juin). *Compte rendu intégral de la séance du lundi 30 juin 2025 (n° 88 A.N.)*.

<https://www.assemblee-nationale.fr/dyn/17/comptes-rendus/seance/session-ordinaire-de-2024-2025/seance-du-lundi-30-juin-2025.pdf>

Basta ! (n.d.). *L'influence démesurée des grandes fortunes sur les médias*.

<https://basta.media/L-influence-demesuree-des-grandes-fortunes-sur-les-medias>

Bruttin, T., Bocandé, A., & Public Service Media Experts. (2025). *Pressions sur les médias publics : un test décisif pour les démocraties européennes* [Rapport]. Reporters Sans Frontières.

<https://rsf.org/sites/default/files/medias/file/2025/07/RAPPORT%20MEDIAS%20PUBLICS%20-%20EN.pdf>

Cagé, J. (2015). *Sauver les médias. Capitalisme, financement participatif et démocratie*. Éditions du Seuil.

Cagé, J. (2025, 30 octobre–5 novembre). *L'extrême droite à l'assaut de l'audiovisuel.* *L'Humanité Magazine*, 24.

Centre d'études des supports de publicité. (2025, 7 octobre). *Audit – Étude EAR>National : Saison radio 2024–2025* [PDF]. CESP.
<https://www.cesp.org/wp-content/uploads/EAR-National-Synthese-Audit-2024-2025.pdf>

CESE. (n.d.). *Comment agir pour une information fiable, indépendante et pluraliste au service de la démocratie.*
<https://www.lecese.fr/actualites/comment-agir-pour-une-information-fiable-independante-et-pluraliste-au-service-de-la-democratie>

Harris Interactive. (2022, 12 janvier). *Les Français et la télévision : un regard singulier en Europe ?* [Sondage pour France Télévisions].
<https://harris-interactive.fr/wp-content/uploads/sites/6/2022/01/Support-de-publication-Regards-sur-la-television-FTV.pdf>

Ipsos. (2025). *Les Français et l'audiovisuel public.*
<https://www.ipsos.com/fr-fr/les-francais-et-laudiovisuel-public>

Ipsos-BVA, & CESI École d'ingénieurs. (2025, 6 décembre). *69 % des Français déclarent avoir une bonne image de l'audiovisuel public.* Ipsos.
<https://www.ipsos.com/fr-fr/les-francais-et-laudiovisuel-publ>

Johnson-Cartee, K. S. (2004). *News narratives and news framing: Constructing political reality.* Rowman & Littlefield.

Le Club. (n.d.). *Une radio publique, pourquoi, pour qui ?* Mediapart.
<https://www.mediapart.fr/journal/club>

Le Journal du dimanche. (2025, 16 septembre). *Radio France, France Télévisions... Le scandale des intouchables* [Une].
<https://www.lejdd.fr/sommaire/radio-france-france-televisions-le-scandale-des-intouchables-161978>

Le Monde. (2024, 11 juin). *L'humoriste Guillaume Meurice licencié pour faute grave par Radio France.*

https://www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2024/06/11/l-humoriste-guillaume-meurice-li-cencie-pour-faute-grave-par-radio-france_6238654_3236.html

Le Monde. (2025, 17 septembre). *Thomas Legrand et Patrick Cohen enregistrés à leur insu : France Télévisions et Radio France dénoncent une « campagne de dénigrement ».*

https://www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2025/09/17/thomas-legrand-et-patrick-cohen-enregistres-a-leur-insu-france-televisions-et-radio-france-denoncent-une-campagne-de-denigrement_6641531**Public Media Alliance.** (n.d.)_3236.html

Le Monde diplomatique. (n.d.). *Carte : la concentration médiatique en France.*

<https://www.monde-diplomatique.fr/cartes/PPA>

Le Monde diplomatique. (2025, avril). *Médias français, qui possède quoi ?*

<https://www.monde-diplomatique.fr/56954>

Les États généraux de l'information. (2024). *Protéger et développer le droit à l'information : une urgence démocratique* [Rapport].

<https://www.vie-publique.fr/rapport/295405-rapport-des-etats-generaux-de-linformation-protger-le-droit-info>

Lévrier, A. (2021). *Jupiter et Mercure : Le pouvoir présidentiel face à la presse.* Seuil.

Ligue des droits de l'Homme. (2025, 17 septembre). *Observatoire France : Rapport sur la situation des droits et libertés en France* [PDF].

https://www.ldh-france.org/wp-content/uploads/2025/09/20250917_FIDH_Rapport-OBS-FRANCE_FR-WEBdef.pdf

Mediapart. (2021, 7 juin). *Jupiter et Mercure : Le pouvoir présidentiel face à la presse.*

<https://blogs.mediapart.fr/edition/aux-lecteurs-et-lectrices-emancipe-es/article/070621/jupiter-et-mercur-le-pouvoir-presidentiel-face-la-presse-d-al>

Mediapart. (2025, 17 septembre). *Audiovisuel public : l'extrême droite embarque les institutions dans sa guerre idéologique.*

<https://www.mediapart.fr/journal/culture-et-idees/170925/audiovisuel-public-l-extreme-droite-embarque-les-institutions-dans-sa-guerre-ideologique>

Mediapart. (2025, 29 juin). *Audiovisuel public : les salariés et la gauche vent debout contre un projet néfaste.*

<https://www.mediapart.fr/journal/politique/290625/audiovisuel-public-les-salaries-et-la-gauche-vent-debout-contre-un-projet-nefaste>

Public Media Alliance. (2025, 18 août). *Public service media as critical infrastructure.*

<https://www.publicmediaalliance.org/public-service-media-as-critical-infrastructure/>

Quairel, F. (2025, 15 avril). *Audiences radio semaine (PdA) janvier–mars 2025. The Media Leader.*

<https://fr.themedialeader.com/audiences-radio-semaine-pda-janvier-mars-2025-france-inter-solide-leader-europe-1-et-nrj-en-hausse-ici-en-nette-baisse>

Radio France. (n.d.). *Radio France : La vérité des chiffres, Radio France largement plébiscitée par les Français.*

<https://www.radiofrance.com/presse/radio-france-la-verite-des-chiffres-radio-france-largement-plebiscitee-par-les-francais>

Radio France. (2025, 17 décembre). *Clichés versus réalité : Ce qu’est vraiment Radio France.*

<https://www.radiofrance.com/presse/cliches-versus-realite-ce-quest-vraiment-radio-france>

Reporters sans frontières. (2024). *Classement mondial de la liberté de la presse 2024 : le journalisme sous pressions politiques.*

<https://rsf.org/fr/classement-mondial-de-la-liberte-de-la-presse-2024-le-journalisme-sous-pressions-politiques>

Reporters sans frontières. (2025, 26 novembre). *Pluralisme en France : sur CNews, le grand contournement.*

<https://rsf.org/fr/pluralisme-en-france-sur-cnews-le-grand-contournement>

Saqué, S. (2024). *Résister.* Payot.

Sénat. (2025, 6 octobre). *Compte rendu de la commission de la culture, de l’éducation et de la communication* [Texte officiel].

<https://www.senat.fr/compte-rendu-commissions/20251006/cult.html>

Sénat. (2025, 8 octobre). *Audition de Sibyle Veil, présidente-directrice générale de Radio France, par la commission de la culture, de l'éducation, de la communication et du sport.*
<https://www.senat.fr/travaux-parlementaires/commissions/commission-de-la-culture-de-leducation-et-de-la-communication/detail-actualite/radio-france-audition-de-sybile-veil-5751.html>

SGJ-FO (Syndicat général des journalistes – Force ouvrière). (2025, 26 juin). *Contre le projet de holding : soutien aux salariés en grève de l'audiovisuel public* [Communiqué de presse].
<https://journalistesfo.fr/2025/06/26/contre-le-projet-de-holding-soutien-aux-salaries-en-greve-de-laudiovisuel-public/>

Statista. (2024). *La radio en France* [Données et analyses thématiques].
<https://fr.statista.com/themes/2977/la-radio-en-france/>

Tehio, N. (2025, 18 septembre). *La liberté d'information, pilier de la démocratie* [Tribune]. Le Club de Mediapart.
<https://blogs.mediapart.fr/nathalie-tehio-presidente-ldh/blog/180925/la-liberte-d-information-pilier-de-la-democratie>

Toluna-Harris Interactive. (2025, octobre). *Baromètre d'image – Radio France* [Données]. CB News.
<https://www.cbnews.fr/etudes/barometre-campagne-radio-france-defend-son-pluralisme>

UNESCO. (n.d.). *Media pluralism and diversity.*
<https://www.unesco.org/fr/media-pluralism-diversity/media-pluralism>

Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making.* UNESCO.

Texte de loi

Parlement européen. (2023). *Rapport sur la proposition de règlement établissant un cadre commun pour les services de médias dans le marché intérieur (A9-0264/2023)*.

https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-9-2023-0264_FR.html

Décret n° 2009-796 du 23 juin 2009 relatif aux obligations de diffusion et au contrôle du service public de l'audiovisuel. *Journal officiel de la République française*.

<https://www.legifrance.gouv.fr/jorf/id/JORFTEXT000020893414>

Loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication. *Journal officiel de la République française*.

<https://www.legifrance.gouv.fr/codes/id/LEGISCTA000006089730>

Constitution française du 27 octobre 1946, Préambule, alinéa 9, rappelé par les lois de 1986, 2000 et 2009.

<https://www.legifrance.gouv.fr/constitution>

Conseil constitutionnel. (1986, 18 septembre). *Décision n° 86-217 DC. Décision relative à la loi sur la liberté de communication*.

<https://www.conseil-constitutionnel.fr/decision/1986/86217DC.htm>

Conseil d'État. (2024, 13 février). *Affaire Reporters sans frontières / Arcom : pluralisme à la télévision et à la radio*.

<https://www.conseil-etat.fr/actualites/pluralisme-a-la-television-et-a-la-radio-le-conseil-d-etat-precise-les-conditions-dans-lesquelles-ce-principe-doit-etre-controlé-par-l-Arcom>

Annexes

Annexes	112
Annexe 1 : Approbation du projet de recherche par la comité éthique de la recherche de la faculté des sciences humaines de l'Université de Sherbrooke	113
Annexe 2 : Guide d'entretiens semi-directifs	115
Annexe 3 : Courriel pour interroger les journalistes	115
Annexe 4 : Formulaire d'information et de consentement à destination des journalistes	117

Annexe 1 : Approbation du projet de recherche par la comité éthique de la recherche de la faculté des sciences humaines de l'Université de Sherbrooke



Sherbrooke, le 08 décembre 2025

Mélissa Martinez
Université de Sherbrooke

Direction de recherche : Mme Nadine Vincent

N/Réf. 2025-5213/Martinez

Objet : Approbation de votre projet de recherche

Bonjour Mélissa Martinez,

Le Comité d'éthique de la recherche – Lettres et sciences humaines a évalué votre projet de recherche intitulé « **Contraintes dans la pratique du métier de journaliste sur le service public radiophonique : panorama des pressions par la perception de ceux qui y travaillent.** » lors de sa réunion du 20 novembre 2025.

Les documents suivants ont été analysés :

- Formulaire de demande initiale (F1-LSH-23905)
- Copie de la lettre ou du courriel de recrutement des personnes participantes (CER courriel pour les journalistes -V2.docx)
- Outils de collecte des données (QUESTIONNAIRE SEMI DIRECTIFS POUR LES JOURNALISTES.docx)
- Projet de recherche (Méthodologie.docx)
- Outils de collecte des données (Cadre contextuel détaillé pour CER.docx)
- Outils de collecte des données (Etat de l'art CER.docx)
- Formulaire de consentement (V2 formulaire de consentement.docx)

Le comité a le plaisir de vous informer que votre projet de recherche a été **approuvé**.

Cette approbation étant **valide jusqu'au 08 décembre 2026**, il est de votre responsabilité de remplir le rapport de suivi annuel (renouvellement) chaque année. Nous vous inviterons à remplir ce formulaire (formulaire F5-LSH) environ deux mois avant la date d'échéance indiquée précédemment.

Il est également de votre responsabilité d'aviser le comité de toute modification au projet de recherche (formulaire F4-LSH) ou de la fin de votre projet (formulaire F6-LSH). Ces deux derniers formulaires sont

disponibles dans Nagano, dans l'onglet *Formulaires*.

Le comité vous remercie d'avoir soumis votre demande d'approbation à son attention et vous souhaite le plus grand succès dans la réalisation de cette recherche.

Mme Lauriane Maheu
Coordonnatrice à l'éthique de la recherche avec des êtres humains

Pour Pre Aurélie Desfleurs, Présidente
Comité d'éthique de la recherche - Lettres et sciences humaines
Université de Sherbrooke

Signé le 2025-12-08 à 11:42

Annexe 2 : Guide d'entretiens semi-directifs

Guide d'entretien semi-directif

Rappel (approche empirico-inductive) :

-personnes interrogées : journalistes radios du service public (France Inter, France Info, Ici) ;

-ce guide d'entretien permet de structurer les échanges afin que les journalistes s'expriment librement et que je puisse ensuite tirer les grandes thématiques à analyser dans le cadre de mon mémoire de recherche.

-MTD utilisée : Paillé, P. et Mucchielli, A. (2021). *Chapitre 11. L'analyse thématique. Dans Armand 87 Colin (dir.). L'analyse qualitative en sciences humaines et sociales (1e éd., vol. 1). Collection U.* ET Locsin, R. et Schoenhofer, S. (2024, 7 mai). *Qualitative research methods, inductive and deductive: Valuable approaches to nursing knowledge development for practice. Wiley, 1(1), 1-3.* <https://doi.org/10.1111/nhs.13128>

L'entretien se déroulera d'abord par l'introduction du projet de mémoire avec :

- Une présentation rapide de l'étude et le fait que ce soit empirico-inductif ;
- Un rappel du formulaire de consentement, de la confidentialité, de la possibilité de se rétracter et de l'enregistrement ;

Les questions principales et générales :

- **Pouvez-vous me donner votre poste actuel à Radio France et me parler de votre parcours ? Est-ce que vous avez fait des études en journalisme ? Est-ce que vous avez toujours été dans le service public audiovisuel ? Qu'est-ce qui vous a conduit à travailler dans le service public radiophonique ?**
- **Comment percevez-vous la place du service public radiophonique dans le paysage médiatique français ? Selon vous, quelles sont les principales menaces ou fragilités pour l'indépendance/neutralité du service public aujourd'hui ?**

Autres questions plus ciblées :

- **Quelle signification donnez-vous personnellement à l'indépendance éditoriale ? Est-ce que cette indépendance a évolué depuis le début de vos pratiques en tant que journaliste ? / voyez-vous une différence avec vos anciens postes. Avez-vous déjà ressenti des pressions, directes ou indirectes, affectant/ susceptibles d'affecter le contenu éditorial (institutionnelles, politiques, économiques) ?**
- Depuis la suppression de la Contribution à l'audiovisuel public, percevez-vous un changement dans la manière dont est perçue votre indépendance / de votre indépendance ?
- La radio conserve-t-elle, selon vous, une forme de crédibilité particulière par rapport aux autres médias ?
- **Quelles évolutions majeures observez-vous dans votre pratique journalistique ces dernières années ?**
- **Est-ce que les outils numériques et les réseaux sociaux ont modifié votre rapport à l'auditeur et à l'actualité ?**

BONUS : Si vous deviez formuler une proposition pour renforcer le rôle démocratique du service public radiophonique, laquelle serait-elle ?

Conclusion :

- Demander si la personne souhaite ajouter un élément non abordé, rappeler les détails quant à la confidentialité et la possibilité, à tout moment, de demander le retrait de son témoignage.
- Remercier pour le temps accordé et la richesse du témoignage.

Annexe 3 : Courriel pour interroger les journalistes

Ci-après le courriel de contact à destination des journalistes pour le mémoire :

Bonjour,

Je me permets de vous contacter car je suis étudiante du triple diplôme de communication politique internationale et risques démocratiques (CORIS) à Sciences Po Aix-en-Provence en partenariat avec une université belge (UCL) et une université canadienne (Université de Sherbrooke).

Je réalise un mémoire de fin d'études sur les ressentis et perceptions des journalistes du service public radiophonique sur les pressions autour de ce dernier (le mémoire s'intitulera : *Contraintes dans la pratique du métier de journaliste sur le service public radiophonique : panorama des pressions par la perception de ceux qui y travaillent.*).

Je réalise en ce sens des entretiens auprès de journalistes afin de recueillir leurs points de vue et expériences concernant plusieurs thèmes qui ont trait à leur fonction dont : l'indépendance et la gouvernance du service public radiophonique, les enjeux de financement et les pressions politiques, la confiance du public dans les médias, les évolutions récentes du paysage médiatique.

Dans ce cadre, je mène une série d'entretiens semi-dirigés d'environ 45 minutes, réalisés en visioconférence (Teams, Zoom, Skype) ou, en présentiel à Paris. Comme je le mentionnais ces échanges porteront sur votre expérience, votre vision du métier et votre perception des valeurs d'indépendance et de mission de service public.

Si vous acceptez de participer, il vous suffit de me répondre à ce courriel avant le XX novembre 2025. Je vous enverrai ensuite un formulaire de consentement et conviendrai avec vous d'un moment d'échange selon vos disponibilités.

Ce projet a reçu l'approbation du Comité d'éthique de la recherche (CÉR) de la Faculté des lettres et sciences humaines de l'Université de Sherbrooke garantissant la confidentialité des données.

Je vous remercie beaucoup par avance et suis disponible pour tout renseignement que vous jugeriez utile.

Bien cordialement,

Mélissa Martinez (06 17 82 20 94) supervisée par Nadine Vincent (Professeure à l'Université de Sherbrooke en Lettres et sciences humaines)

Annexe 4 : Formulaire d'information et de consentement à destination des journalistes



UNIVERSITÉ DE SHERBROOKE

FORMULAIRE D'INFORMATION ET DE CONSENTEMENT

Titre du projet : *Contraintes et perceptions professionnelles des journalistes du service public radiophonique face aux pressions politiques, économiques et institutionnelles*

1. Informations générales

Vous êtes invité.e à participer à un projet de recherche mené dans le cadre du mémoire de maîtrise de Mélissa Martinez, étudiante dans le programme de Master international en communication politique et risques démocratiques (CORIS), en partenariat entre Sciences Po Aix-en-Provence (France), l'Université catholique de Louvain (Belgique) et l'Université de Sherbrooke (Canada).

L'objectif de ce projet de recherche est de comprendre comment le financement médiatique, les pressions politiques et institutionnelles, la confiance du public dans les médias, les évolutions du paysage médiatique et les nouvelles technologies influencent le travail et les perceptions des journalistes du service public radiophonique.

2. Raison, nature et déroulement de la participation

Votre participation consiste à prendre part à un entretien semi-dirigé d'une durée d'environ 30 à 60 minutes, selon vos disponibilités.

L'entretien pourra être réalisé à distance (visioconférence) ou en présentiel.

Avec votre consentement, il sera enregistré (audio ou audiovisuel) afin de faciliter la retranscription et l'analyse des données.

Les informations recueillies seront utilisées uniquement dans le cadre de ce mémoire universitaire et feront l'objet d'une analyse qualitative.

3. Avantages, inconvénients et risques

Votre participation ne comporte aucun avantage direct ni risque significatif.

L'unique inconvénient envisagé est le temps consacré à l'entretien.

Toutefois, votre contribution permettra d'améliorer la compréhension du rôle et des conditions d'exercice du journalisme dans le service public dans un contexte de mutation médiatique.

4. Participation volontaire et possibilité de retrait

Votre participation est entièrement volontaire.

Vous pouvez refuser de répondre à certaines questions, interrompre l'entretien à tout moment ou retirer votre consentement sans justification et sans conséquence.

En cas de retrait, toutes les données vous concernant (enregistrements, transcriptions, formulaire) seront immédiatement détruites.

5. Confidentialité quant à votre participation

Toutes les informations recueillies seront **strictement confidentielles**.

Vous pouvez choisir :

- que vos propos soient **dépersonnalisés et codés**.
- ou qu'ils soient attribués nominativement, selon votre préférence.

Les données seront conservées sur un ordinateur protégé par mot de passe et détruites à l'issue du dépôt institutionnel du projet de mémoire. Aucune donnée permettant de vous identifier ne sera publiée sans votre accord explicite.

6. Conservation des données et accès pendant la phase active

Durant la phase d'analyse, les enregistrements, transcriptions et notes seront conservés dans un dossier protégé.

Seules la chercheuse responsable et sa direction de recherche y auront accès.

Vous pouvez demander l'accès à vos propos, leur correction ou leur suppression avant la finalisation du mémoire.

7. Coordonnées de personnes-ressources

- **Mélissa Martinez (étudiante chercheuse)**
 - melissmartinez@hotmail.fr
 - 06 17 82 20 94
- **Nadine Vincent (directrice de recherche)**
 - Nadine.vincent@usherbrooke.ca
 - 1 800 267-8337 (numéro Canadien)

8. Responsable de la protection des renseignements personnels

Pour toute question concernant la protection des renseignements personnels, vous pouvez contacter le bureau du Responsable de la protection des renseignements personnels à l'adresse mail suivante : protection.renseignements@usherbrooke.ca, ou à l'adresse postale : Université de Sherbrooke, 2500 boulevard de l'Université, Sherbrooke, QC J1K 2R1, Canada.

9. Approbation éthique

Ce projet a été approuvé par le Comité d'éthique de la recherche – Lettres et sciences humaines (CER-LSH) de l'Université de Sherbrooke. Pour toute question concernant vos droits en tant que participant(e), vous pouvez contacter le comité au :

- sans frais au 1-800-267-8337 ;
- cer_lsh@USherbrooke.ca

10. Consentement du participant

Je déclare avoir pris connaissance des informations ci-dessus, avoir obtenu les réponses à mes questions et comprendre la nature, les avantages, les risques et les conditions de ma participation.

Je consens librement à participer à ce projet de recherche.

Je consens à l'enregistrement :

- ☐ Aucun enregistrement
- ☐ Audio
- ☐ Audio et vidéo

Si l'entretien est réalisé en présence de la chercheuse et du participant, je consens à la prise de note manuscrite pour une retranscription en suivant sur l'ordinateur :

- ☐ Oui
- ☐ Non

Je souhaite que mes propos soient :

- ☐ Dépersonnalisés et codés
- ☐ Citables avec mon nom

Nom et prénom du participant : _____

Date : _____

Signature : _____

11. Engagement de la chercheuse responsable

Je m'engage à respecter les principes de confidentialité, de transparence et de retrait volontaire liés à cette recherche.

J'ai expliqué au participant(e) les objectifs du projet, la confidentialité des données et son droit de retrait, et je lui ai remis une copie signée du présent formulaire.

Date : _____

Signature de la chercheuse responsable : _____

Mélissa Martinez