

➔ Une radio publique : Pour qui ? Pour quoi ?

La radio publique appartient aux citoyens par le biais de l'État. Elle n'appartient pas à une banque, un groupe d'armement ou de BTP pour lesquels posséder des média est une activité parmi d'autres et 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.

Radio France au régime ?

L'État a baissé de 20,3 millions d'euros la dotation de la radio publique, qui se retrouve en déficit.

Les équipes de production des émissions de Radio France (animateurs, reporters, collaborateurs, chroniqueurs...) et l'ensemble des personnels de Radio France sont mobilisés depuis le 19 mars dernier.

Ce mouvement de grève a pour objet de défendre les radios de service public, et non des intérêts particuliers ou corporatistes.

Cette grève est massivement suivie, comme chaque auditeur a pu le mesurer. La raison de ce mouvement tient à l'attachement des salariés du groupe, à cette radio de service public, face aux menaces pesant sur les emplois, la pérennité des activités, la qualité des antennes, le pluralisme des informations.

La radio publique appartient aux citoyens par le biais de l'État, actionnaire principal (la publicité représente environ 8 % de son budget). Ses ressources proviennent à 90 % de la redevance et de la contribution de l'État.

Pour la radio publique, vendre une audience à des annonceurs n'est donc pas primordial. Ce qui prime – ou devrait primer — **c'est la mission** qui lui est fixée par l'État qui consiste à **informer, cultiver, distraire, en s'adressant à tous les publics.**



➔ Libérer la création, respecter le pluralisme

La culture et l'information, participent de l'intérêt général. Ils constituent des biens communs à partager. Le pluralisme des médias est un pilier fondamental de l'exercice de la citoyenneté réelle. Il doit être considéré comme un bien culturel au sens plein du terme.

L'accès à une information honnête, pluraliste, c'est-à-dire contradictoire, à la culture, au savoir, doit être considéré comme un droit.

La relative indépendance de la radio publique envers des puissances d'argent et de la publicité doit permettre de proposer des programmes qui ne cèdent pas à la course à l'audience, une diversité des points de vue, d'accorder encore une place à la réflexion.

On entend sur les radios du service public des programmes qui ne trouveraient leur place sur aucune radio grand public privée.

Une radio comme France Culture, par exemple, n'existerait pas si elle n'était pas portée par Radio France. Il n'y a que sur Radio France que l'on peut encore entendre des émissions de reportage élaborées, des fictions radiophoniques et un peu de création sonore. L'information y cède moins au sensationnalisme, au buzz, et au tout fait divers.

Même si des différences existent entre la radio publique et privée, les radios du service public ont tendance, elles aussi, à reproduire le discours dominant, l'idéologie du marché.

Il faut assurer **plus d'indépendance** encore. Revoir le mode de nomination des PDG. La nomination par l'Élysée imposée par Nicolas Sarkozy était une calamité mais le simple retour en arrière opéré par l'actuelle majorité n'est pas satisfaisant. **La représentation nationale pourrait avoir plus de poids dans le mode de nomination** comme cela se fait dans d'autres pays européens.

Redonner aussi les moyens aux journalistes et producteurs de prendre le temps du recul, de la réflexion collective, de vérifier et recouper leurs informations sans céder à la course au scoop ou au sensationnalisme.

Les attentas à Charlie Hebdo montre de façon terrible qu'un mauvais traitement médiatique alimente les peurs et les haines qui menacent la démocratie.

Dans ce contexte, **un service public radio indépendant, pluraliste, en capacité d'assurer une information de qualité, est d'autant plus indispensable.**



Nom : _____ Prénom : _____

Adresse : _____

E-mail : _____ Tél : _____