



HAL
open science

Le podcast d'actualité comme espace de production d'une écriture sonore de l'information au prisme de l'imaginaire médiatique

Laure Thébert

► To cite this version:

Laure Thébert. Le podcast d'actualité comme espace de production d'une écriture sonore de l'information au prisme de l'imaginaire médiatique. Sciences de l'information et de la communication. 2021. dumas-03725742

HAL Id: dumas-03725742

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-03725742>

Submitted on 18 Jul 2022

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Copyright

Mémoire de Master 2

Mention : Information et communication

Spécialité : Communication Médias

Option : Médias et numérique

Le podcast d'actualité comme espace de production d'une écriture sonore de l'information au prisme de l'imaginaire médiatique

Responsable de la mention information et communication
Professeure Karine Berthelot-Guiet

Tuteur universitaire : Pascal Froissart

Nom, prénom : THÉBERT Laure

Promotion : 2020-2021

Soutenu le : 30/11/2021

Mention du mémoire : Bien

Remerciements

Ce mémoire a été réalisé dans le cadre du master 2 Médias et numérique du CELSA – École des hautes études en sciences de l'information et de la communication.

Je souhaite remercier Pascal Froissart, en sa qualité de tuteur universitaire, pour son accompagnement et ses conseils avisés en vue de la réalisation de ce mémoire.

Je remercie également Virginie Béjot, ma tutrice professionnelle, pour son écoute et ses précieux retours.

Mes remerciements vont aussi à Camille Rondot, responsable du master Médias et numérique, pour son suivi tout au long de cette année universitaire, et plus particulièrement pour son regard critique qui m'a permis de dessiner les contours du sujet de ce mémoire.

Je tiens enfin à remercier chaleureusement Olivier Minot, auteur du podcast *Dépêche !* d'Arte Radio et Silvain Gire, cofondateur et responsable éditorial d'Arte Radio, ainsi que Céline Asselot, présentatrice du podcast *Le Quart d'heure* de Radio France et Thomas Biasci, chef de projet innovation chez Radio France, pour le temps qu'ils ont consacré à répondre à mes questions dans le cadre des entretiens menés.

Sommaire

Remerciements	3
Introduction	6
1. Un nouveau tempo à l'information	16
1.1. La naissance du problème de surcharge informationnelle	16
1.2. Un temps pour s'informer à travers le podcast d'actualité	23
2. Une écriture sonore de l'information	30
2.1. Raconter pour informer : un récit de l'actualité	30
2.2. Le podcast comme espace de création radiophonique	39
3. Une mise en scène journalistique	48
3.1. Le « je » radiophonique : une personnification du podcast d'actualité	48
3.2. Vers un nouveau paradigme journalistique ?	55
Conclusion	60
Références bibliographiques	62
Annexes	67
Résumé	105
Mot clés	105

« Dans un monde où il est difficile de s'entendre penser et ressentir, où les réseaux sociaux et les chaînes d'info en continue hurlent chaque jour plus fort que la veille, j'ai eu besoin d'appuyer sur pause et d'aller chercher mon orchestre intérieur. »

LÉONIE PERNET, 2019

Introduction

« *Will the iPod Kill the Radio Star ?* »

RICHARD BERRY, 2006

« En contradiction avec l'omniprésence de la culture de l'image, [...] le podcast libère de la dépendance aux écrans et fait le pari de l'imaginaire. Les podcasts natifs s'imposent aujourd'hui comme une nouvelle frontière du récit donnant naissance à une culture sonore »¹. Le podcast, présenté par la presse comme un « nouvel eldorado », une « nouvelle vague », semble être la « révolution » sonore de ces cinq dernières années. Pourtant, son histoire est plus ancienne, puisqu'il célèbre cette année ses quinze ans et s'inscrit plus largement dans un héritage radiophonique. En effet, si l'intérêt autour de cet écosystème médiatique est nouveau, il ne faut pas négliger sa mémoire sonore.

Le terme *podcast* est suggéré pour la première fois en 2004 par le journaliste Ben Hammersley dans un article du journal *The Guardian* « Audible revolution », où il interrogeait déjà cette « révolution à écouter » :

« With the benefit of hindsight, it all seems quite obvious. MP3 players, like Apple's iPod, in many pockets, audio production software cheap or free, and weblogging an established part of the internet; all the ingredients are there for a new boom in amateur radio. But what to call it? Audioblogging? Podcasting? GuerillaMedia? »²

La contraction des termes iPod – baladeur numérique créé par Apple en 2001 offrant une écoute mobile et individuelle – et broadcast – pouvant se traduire par « diffusion » – forme donc le mot *podcast*. Le terme intègre le « *New Oxford Dictionary* » en 2005. Il est alors défini comme un « enregistrement numérique d'une émission de radio ou d'un programme similaire rendu disponible au téléchargement sur Internet en vue de le mettre sur un lecteur MP3 ». En France, le « petit lexique

¹ « Un podcast natif c'est quoi ? », Paris Podcast Festival [en ligne].s

² HAMMERSLEY, Ben. *Audible revolution*, *The Guardian*, 12 février 2004.

récréatif de la création sonore et radiophonique » de la revue Syntone en donne la définition suivante :

« Son à emporter. Sous-produit numérique de l'ancien monde hertzien ou premier mode de diffusion d'un programme dans le nouveau monde du web, le podcast se veut moderne et conquérant. Ne connaissant pas le direct, il transforme le flux radiophonique en fichiers individuels et le public en abonné-e-s. Synonyme : balado(diffusion). Antonyme : direct. »³

La particularité du podcast est qu'il désigne non seulement un format mais également un média. En effet, son apparition coïncide avec l'arrivée du baladeur numérique, la création du format propriétaire .mp3, le développement des flux RSS (Really Simple Syndication) ou encore l'accessibilité nouvelle du prix du matériel d'enregistrement. Techniquement, « le podcast se présente alors comme la mise à disposition de fichiers sonores inédits sur Internet à travers un flux RSS » ; une description qui « s'inscrit dans une philosophie utopique et généreuse, celle d'Internet comme d'un espace de partage, de libre expression, de gratuité, d'abondance et d'horizontalité »⁴. Aujourd'hui, le podcast est communément employé pour désigner la production sonore en tant que telle. Il convient alors de préciser ce que sont les podcasts appelés « natifs » et ce qui les distingue de la radio dite « de rattrapage ». En effet, si la radio de rattrapage permet d'écouter ou de réécouter en ligne les émissions issues des grilles radiophoniques en dehors de l'écoute en temps réel, les podcasts natifs sont des objets médiatiques purement numériques puisqu'ils sont d'emblée produits et diffusés sur et pour Internet, sans programmation préalable en radio.

Empruntant à la fois aux codes des productions propres à Internet, tout en s'inscrivant dans l'héritage des médias préexistants, le podcast est aujourd'hui souvent placé en opposition à la radio traditionnelle. En effet, tandis que la radio est un média de masse et de flux – la radio pour tous·tes, avec une grille de programmes ; le podcast serait un média personnel et de stock – la radio pour chacun·e, où l'auditeur passe à une consommation à la carte. De même, en termes

³ « Petit lexique récréatif de la création sonore et radiophonique », Syntone [en ligne].

⁴ VOLCLER, Juliette. *Il était une fois le podcast. 1 : Faire table rase ?*, Syntone, 28 juin 2018

de temporalité, la radio informe sur l'actualité en direct, à une heure fixe et avec une case à remplir, tandis que les spécificités techniques du podcast lui permettent de s'émanciper de ces contraintes mécaniques de l'antenne pour une écoute plus en longueur, où l'on prend le temps de traiter les sujets. On note enfin la liberté de ton permise par le podcast, de même que la mise en scène de soi à travers l'expérience intime ; qui marque en creux l'extinction du récit collectif radiophonique. Rémi Bouton, journaliste et enseignant spécialisé dans les industries culturelles et les médias explique pourtant que « le podcast apporte un nouvel univers audio venant compléter l'offre d'une radio pour tous et fédératrice : un média personnel, à la carte, mobile, ouvert sur une multitude de productions et de créations, auquel le développement de l'écoute en mobilité, des enceintes connectées et de la commande vocale offre de nouvelles perspectives »⁵. Sur la question de la filiation entre radio et podcast Juliette Volcler explique : « Le podcast a offert, dès le départ, des possibilités d'expression et de diffusion inédites, ce qui ne l'empêche pas de demeurer profondément lié à l'histoire de la radio hertzienne et des médias de masse : il les questionne, certes, mais, tout autant, les poursuit, se les approprie, en exporte les savoirs comme les pratiques, et les renouvelle »⁶.

Ainsi, la revue Syntone, dédiée à la création radiophonique et sonore, voit des liens de parenté entre radios associatives et podcasts :

« Leur émergence, d'abord sous forme pirate dans les années 1960, puis de façon institutionnalisée dans les années 1980 (pour nous en tenir à la chronologie française), fut le résultat d'une longue lutte pour redéfinir la diffusion hertzienne et a permis l'arrivée de voix, de cultures, d'idées, de musiques, de pratiques, qui n'avaient jusque-là pas de droit de cité sur les ondes. [...] Si le podcast, non tenu par une grille et plus récent, a indéniablement introduit une grande variété de formats et des nouvelles narrations, des liens de parentalité frappants apparaissent dans la façon de penser et de fabriquer le son dans les antiques associatives et les podcasts dernier cri : spécialisés sur des thématiques peu traitées dans les médias dominants, les programmes sont animés avec les moyens du bord et une grande liberté de ton par des équipes souvent constituées

⁵ BOUTON, Rémi. *Podcast : le grand retour du son*, Nectart, 2020/1, n° 10, p. 97.

⁶ VOLCLER, Juliette. *ibid.*

de façon affinitaire, qui se sont auto-formées et qui n'appartiennent pas à une génération plutôt qu'à une autre. »⁷

La *saga mp3*, une œuvre de fiction diffusée sur le web sous la forme de fichiers audio, serait le plus proche ancêtre du podcast. En effet, de nombreuses similitudes peuvent être constatées : une référence au web, la sérialisation, l'accessibilité, la création de communautés. C'est ainsi en 2000 que sont diffusés les premiers épisodes mp3 de la saga à succès *Le Donjon de Naheulbeuk*, par John Lang.

En France, l'histoire du podcast est une histoire en plusieurs temps :

- Une première vague, à compter de 2002, marque l'institution naissante du podcast dans le paysage médiatique. En témoigne la création d'Arte Radio en 2002, à l'initiative de la chaîne de télévision franco-allemande Arte. Le projet était alors la conception d'« une radio à la demande, un magazine sonore, une boîte de bonbons pour les oreilles » sur Internet, s'affranchissant des contraintes de la bande FM. Également, à partir de 2005, Radio France permet à ses auditeurs de (ré)écouter ses émissions sous forme de podcasts : « Radio France, podcastez bien plus qu'une radio » est le slogan illustrant cette évolution ;
- Une seconde vague marque l'intensification et la structuration de la production de podcasts. Ainsi, des structures indépendantes apparaissent : en 2012 le studio Qualiter (producteur de *Studio 404*), en 2013 Fréquence Moderne (*2 heures de perdues*, *Culture 2000*). Puis, la création de plusieurs studios tels que Binge Audio en 2015), Nouvelles Écoutes (2016) ou Louie Media (2017), ainsi que la conquête du monde de la presse puis celle de radios nationales dans l'édition de podcasts natifs, vient compléter l'offre des podcasts de création ;
- Aujourd'hui, la question semble être davantage économique : la recherche d'un modèle économique avec notamment la plateformisation de l'audio à l'œuvre des plateformes de streaming telles que Spotify, Apple ou Amazon. En effet, des innovations technologiques propres à l'univers sonore se sont multipliées

⁷ VOLCLER, Juliette. *ibid.*

dernièrement⁸, remettant le son à l'honneur : « Le podcast est ainsi au carrefour de l'audio numérique, au voisinage de la radio, du streaming musical, du livre audio, du documentaire et de la fiction, de l'information... Il devient un pivot de l'univers sonore »⁹. Dès lors, la logique des plateformes – capter toujours plus l'attention des utilisateurs – pourrait avoir des conséquences sur la conception des contenus en instaurant des rapports de pouvoir quant aux normes éditoriales et à la diffusion. Nous nous arrêtons donc avant cette troisième vague, qui s'écrit devant nous.

Les podcasts d'actualité se sont développés en France inspirés du succès d'un modèle américain, *The Daily* par le New York Times, dont l'audience atteint aujourd'hui plus de deux millions d'auditeurs quotidiens. Selon une étude du Reuters Institute¹⁰, les podcasts d'actualités représentent 7 % de l'ensemble des podcasts produits dans le monde, mais 45 % des podcasts les plus téléchargés en France. L'intérêt pour ces programmes est donc bien supérieur à la part numérique qu'ils représentent. Il s'agit à présent de réaliser un bref état des lieux du paysage du podcast d'actualité français. Arte Radio, pionnière du podcast en France, lance *Dépêche* en septembre 2018, une revue de presse hebdomadaire au ton un brin décalé portée par Olivier Minot. Puis, le studio indépendant Binge Audio lance à son tour *Programme B* fin 2018. Présenté par le journaliste Thomas Rozec, il est le premier podcast quotidien d'actualité à être lancé en France. Le synopsis est le suivant : « Lorsqu'une nouvelle chasse l'autre sans même qu'on ait eu le temps d'y accorder un minimum d'attention, c'est l'intérêt pour ce qui se passe autour de nous qui diminue. Dans *Programme B*, nous avons décidé de suivre l'actualité sans la subir, en prenant le temps de se poser une question précise et d'y apporter des réponses les plus claires possibles »¹¹. Par la suite, Binge Audio accompagne le groupe Le Parisien – Les Échos pour la sortie, en mai 2019, de leurs podcasts quotidiens d'information *Code Source*, produit par Le Parisien et *La Story*, produit

⁸ Pour n'en citer que quelques unes : le développement des écouteurs et casques audio sans fil, les enceintes connectées ou encore les technologies de spatialisation du son (son binaural ou 3D).

⁹ BOUTON, Rémi. *Podcast : le grand retour du son*, Nectart, 2020/1, n° 10, p. 102.

¹⁰ NEWMAN, Nic et Nathan GALLO. *News Podcasts and the Opportunities for Publishers*, Reuters Institute of Journalism, 2019.

¹¹ Description de la bande-annonce de *Programme B* sur Spotify.

par Les Échos. Ils sont aujourd’hui respectivement les 4^e et 5^e podcasts les plus téléchargés en France¹².

La crise de la Covid-19 marque un tournant dans la production de ce type de podcasts par les médias historiques. La pandémie semble en effet avoir accéléré les projets de podcasts d’actualité quotidiens, tirant parti de l’intérêt croissant et accru pour l’actualité de la part des auditeurs, également désireux d’une couverture plus approfondie des sujets. Ainsi, plusieurs médias ont lancé des podcasts « pop-up »¹³ consacrés au coronavirus, comme *Le Monde avec Pandémie*. À la sortie du premier confinement, en septembre 2020, un nouveau podcast quotidien voit le jour, produit par le groupe Radio France : *Le Quart d’heure*. Le projet s’appuie sur les ressources des différentes stations du groupe – France Info, France Inter et France Culture principalement. D’autres podcasts ont par ailleurs suivi, *L’Heure du Monde* (mars 2021), *Sur le fil* lancé par l’AFP¹⁴ (mars 2021) ou encore *La Loupe* par L’Express (juin 2021).

La notion même de « podcast d’actualité » renvoie à la volonté de faire un pas de côté sur le factuel dans le but de rendre pérennes les épisodes. Les deux termes semblent donc de prime abord antinomiques, relevant de l’oxymore. En effet, selon l’emploi collectif, l’actualité est l’« ensemble des faits tout récents, et offrant un intérêt pour cette raison »¹⁵. L’actualité se voit liée à une temporalité particulière dans la mesure où, « en même temps qu’elle actualise un fait en le transformant en actualité, elle prétend à l’inscrire dans le champ de l’Histoire »¹⁶. L’actualité aurait alors une existence autonome, figée dans l’immédiateté d’un présent d’énonciation. Si l’actualité médiatique semble se caractériser par une présence éphémère, sa mise en écriture la replace historiquement :

¹² Source : ACPM (Alliance pour les Chiffres de la Presse et des Médias), au 16 novembre 2021.

¹³ Terme employé par le Reuters Institute dans son rapport sur les podcasts quotidiens d’actualités.

¹⁴ La conception sonore et musicale de ce podcast a d’ailleurs été réalisée par les équipes de Louie Media.

¹⁵ Définition de « actualité », CNRTL [en ligne].

¹⁶ DUMOUCHEL, Suzanne et Marie-Dominique POPELARD. « Introduction », *Cahiers Sens public*, vol. 21-22, n°1-2, 2018, p. X.

« L'actualité [médiatique] renvoie le plus souvent à ce qui est déjà survenu, en indiquant quelque chose qui s'est déjà réalisé, qui s'est déjà passé, et non une contemporanéité immédiate même quand il s'agit de direct qu'on appelle souvent live. [...] L'actualité donne une épaisseur au temps, puisque jouxtant toujours l'immédiateté, à la fois tendue vers l'avenir et inexorablement déjà passée. L'actualité narrée, dans la presse aussi bien, s'accroche à un événement en acte, mais le récit dans un média est d'un autre moment, l'événement s'y trouve actualisé. »¹⁷

Il en viendrait donc à se demander si le podcast d'actualité ne s'extrairait pas en quelque sorte du mythe journalistique de l'urgence qui place le journaliste comme « le témoin et le héros des soubresauts de l'actualité »¹⁸. Dans ce sens, il romprait alors une certaine tradition du traitement de l'actualité.

Cependant, si le podcast d'actualité affirme se construire en rupture avec les médias historiques, nombre de présentateurs de podcasts d'actualités viennent en réalité de la radio traditionnelle. Ainsi, Olivier Minot produit également des documentaires pour France Culture (*Les Pieds sur Terre*) et pratique la radio sur Radio Canut, l'une des plus anciennes radios libres de France. Thomas Rozec de *Programme B* est passé par Le Mouv', France Musique ou encore France Info. Jules Lavie, avant d'être présentateur de *Code Source* a également longtemps été l'une des voix de France Info, de même que Céline Asselot qui présente *Le Quart d'heure*. On remarque ainsi que Radio France – notons par ailleurs qu'il s'agit d'une radio publique – constitue un vivier de recrutement pour les podcasts d'actualité. Le mode de distribution du podcast leur permettrait ainsi de s'affranchir des codes d'écriture de la radio, tout en devenant un nouveau terrain d'expérimentation pour la narration sonore de l'actualité.

Comment les podcasts d'actualité, en tant qu'espaces de création radiophonique, permettent-ils aux journalistes de façonner une nouvelle narration de l'information ?

¹⁷ DUMOUCHEL, Suzanne et Marie-Dominique POPELARD. *ibid*, p. XII-XIII.

¹⁸ PILMIS, Olivier. *Produire en urgence. La gestion de l'imprévisible dans le monde du journalisme*, Revue française de sociologie, vol. 55, n°1, 2014, p. 101.

Afin de guider notre réflexion et d'esquisser des éléments de réponses à notre problématique, nous développerons trois pistes de recherche :

- **Piste de recherche n°1** – Le podcast d'actualité offre un nouveau tempo à l'information, ce qui permet aux journalistes de s'extraire de l'hyperprésent et, par conséquent, un renouvellement de l'économie de l'attention et de l'écoute ;
- **Piste de recherche n°2** – Le podcast d'actualité ouvre des perspectives nouvelles dans l'écriture radiophonique, offrant aux journalistes un champ de créativité dans l'univers sonore ;
- **Piste de recherche n°3** – La mise en scène du journaliste participe à une personnalisation du podcast d'actualité.

Le terrain d'investigation de ce mémoire est constitué de deux podcasts d'actualités, tous deux portés par le service public radiophonique, c'est-à-dire Radio France – 1^{er} groupe radiophonique de service public, et Arte Radio – une émanation d'Arte France, branche française de la chaîne de télévision publique Arte. En effet, il nous a semblé particulièrement intéressant d'interroger notre objet d'étude au regard de l'espace de création qu'offre le service public radiophonique, dans la mesure où la création radiophonique est l'une des missions attribuées à la radio par les pouvoirs publics. Ainsi, l'article 3 du Cahier des missions et des charges de Radio France indique : « [Radio France] assure notamment par ses programmes la mise en valeur du patrimoine et participe à son enrichissement par les créations radiophoniques qu'elle propose sur son antenne »¹⁹. Pour Arte Radio, un rapport interne « Un projet éditorial pour Radio Arte », rédigé par Silvain Gire – son cofondateur et responsable éditorial, la présente comme « un lieu d'imaginaire et de créations sonores » ou encore « un lieu dédié à la création en marche »²⁰.

¹⁹ Décret du 13 novembre 1987 portant approbation des cahiers des missions et des charges de la société Radio France et de l'Institut national de l'audiovisuel, article 3.

²⁰ DELEU, Christophe. *Y a-t-il une spécificité du service public en matière radiophonique ?*, Les Enjeux de l'information et de la communication, vol. 14/2, n°2, 2013, p. 100-101.

Dépêche ! est une série de podcasts réalisée par Olivier Minot et produite par Arte Radio. « Parodies, détournements, reportages et collages, chaque mercredi, Livo propose d'entendre l'actu d'un autre œil », peut-on lire sur la page du podcast. Cette revue de presse hebdomadaire - au ton décalé et incisif - porte ainsi un regard critique et humoristique sur l'actualité et les médias, en moins de huit minutes. Olivier Minot présente *Dépêche* comme « un dessin de presse sonore, une blague sur l'actualité, plus ou moins pertinente selon les jours ».

Le Quart d'heure est un podcast d'information quotidien proposé par les rédactions de Radio France et incarné par Céline Asselot. « La meilleure façon de s'informer avant d'entamer la soirée », peut-on lire sur la page du podcast. Chaque soir à 17:30, trois thèmes sont choisis et traités en profondeur, afin d'offrir une « bulle d'information » au ton et à l'univers sonore décalés. Céline Asselot présente ce podcast comme étant « *[son] regard sur l'actualité, [ses] questionnements, un autre moyen d'aller chercher l'information, d'assumer un regard plus personnel sur l'actualité, de la raconter autrement, d'avoir d'autres codes, de casser peut-être un petit peu les codes de ce qu'on peut entendre sur d'autres antennes ou en tout cas de jouer avec ces codes* ».

Les pistes de recherche que nous avons fait émerger guident une méthodologie de recherche qualitative à travers le recueil de données issues d'entretiens individuels semi-directifs. Notre analyse souhaite en effet volontairement s'ancrer du point de vue de la production des podcasts d'actualité, avec une ambition plus précise : celle d'interroger les présentateurs·rices et producteurs·rices de *Dépêche* du *Quart d'heure*. Dans cette démarche, nous avons ainsi mobilisé l'entretien semi-directif et interrogé quatre personnes, en nous appuyant d'un guide d'entretien préalablement construit à l'issue de travaux de recherche exploratoire :

- Olivier Minot, auteur du podcast *Dépêche* ;
- Silvain Gire, cofondateur et responsable éditorial d'Arte Radio ;
- Céline Asselot, présentatrice du podcast *Le Quart d'heure* ;
- Thomas Biasci, chef de projet innovation chez Radio France.

Dans un souci de clarté et afin de répondre le plus précisément à notre problématique, notre étude s'articule en fonction des trois propositions de recherches que nous avons précédemment dégagées. Ainsi, une première partie de notre travail permet d'ancrer temporellement le podcast d'actualité au sein de l'écosystème médiatique et informationnel. Puis, la seconde partie interroge la manière dont est présentée et racontée l'information en termes sonores. Enfin, la troisième partie de ce mémoire analyse la mise en récit du soi journalistique au sein du podcast d'actualité.

1. Un nouveau *tempo* à l'information

« Plus il y aura de médias rapides, plus cela entraînera des lectures lentes et profondes »²¹. Depuis l'apparition du journalisme, l'écosystème médiatique et informationnel a connu de nombreuses mutations et s'est complexifié. La rapidité de l'information, largement favorisée par le développement des techniques de communication, a pris d'autant plus d'ampleur dans le travail des journalistes, conduisant parallèlement à un surplus d'informations. En contestation à cette immédiateté de l'information et à ce flux informationnel, la tendance du *slow journalism* s'est installée dans le paysage médiatique, prônant un journalisme d'actualité qui prend le temps de produire un contenu de qualité. Il convient ici de questionner la temporalité mise en œuvre dans le podcast d'actualité pour saisir la place qu'il occupe dans l'écosystème médiatique.

1.1. La naissance du problème de surcharge informationnelle

« *L'homme sera littéralement noyé dans l'information.* »

MARGUERITE DURAS, 1985

« Les journaux débordant d'aujourd'hui, lâchés en pleine liberté, roulant le flot déchaîné de l'information à outrance. Là est la formule nouvelle : l'information »²². Ce sont les mots qu'écrivait Émile Zola, dans la préface à *La Morasse* en 1888. Un siècle plus tard, Patrice Aron et Catherine Petit relèvent que « l'humanité a produit au cours des trente dernières années plus d'informations qu'en deux mille ans d'histoire et ce volume d'informations double tous les quatre ans »²³. Nous sommes, aujourd'hui plus que jamais, plongés dans un ouragan d'informations, dont nous peinons à nous extraire. Ce sentiment de surcharge informationnelle n'est pas

²¹ ASSOULINE, Pierre. Communication présentée lors de la conférence « Le journalisme : une littérature qui se dépêche », Festival international de géographie, Saint-Dié-des-Vosges, 1^{er} octobre 2016.

²² ZOLA, Émile. « Étude sur le journalisme », préface à *La Morasse*, Marpon et Flammarion, 1888, p. III.

²³ ARON, Patrice et Catherine PETIT. *L'info, nerf de la guerre*, Le Monde informatique, n° 731, 29 août 1997.

propre à notre époque, mais davantage la résultante d'un héritage historique où d'importantes révolutions techniques ont transformé le processus de circulation de l'information. Pour retracer cette transformation des modes de diffusion de l'écrit, du son puis de l'image animée, il convient donc de remonter le fil de l'information journalistique.

« Chaque étape de la révolution médiatique, caractéristique de la transformation des sociétés contemporaines, est marquée par une accélération de l'information »²⁴. Tout d'abord, la deuxième moitié du XIX^e siècle voit se développer la presse, notamment portée par des progrès techniques d'impression permettant d'accroître massivement le nombre de tirages. À leur tour, l'invention du télégraphe puis du téléphone et le développement du réseau ferré contribuent à une circulation et une médiation croissante de l'information, de même que l'alphabétisation et l'urbanisation croissante de la population. La loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse permet ainsi à la « grande » presse d'accéder à son âge d'or. Au XX^e siècle, le développement de nouveaux supports audiovisuels vient largement concurrencer la presse et l'hégémonie du support papier. La radio, en délivrant de l'information quasi-instantanément, introduit une temporalité nouvelle à l'information. La rapidité de transmission des ondes hertziennes permet en effet de se tenir informé quasiment en temps réel. La télévision également, en mettant en images l'information, saisit l'instantanéité de l'événement et y ajoute une résonance émotionnelle. Avec la création de chaînes d'information en continu, les images envahissent alors le quotidien des français et participent à une spectacularisation de l'information. Dès lors, s'opère une distribution des rôles dans le traitement de l'information, que le fondateur du journal *Le Monde*, Hubert Beuve-Méry, résume ainsi : « La radio annonce l'événement, la télévision le montre, la presse l'explique »²⁵.

Cet équilibre médiatique se voit par la suite bouleversé par l'arrivée d'Internet et par le développement de nouvelles techniques facilitant le partage de l'information.

²⁴ DELPORTE, Christian. *Quand l'info devient instantanée*, La revue des médias, 20 octobre 2016.

²⁵ BEUVE-MÉRY, Hubert cité par Francis BALLE. *Introduction aux médias*, Presses universitaires de France, 1995, p. 21.

« Plus besoin d'imprimerie pour se faire lire, de stations de radio pour se faire entendre ou de chaînes de télévision pour se faire voir »²⁶ affirme Éric Scherer, et de poursuivre : « Chacun a sa propre imprimerie (blog), sa station de radio (podcast) ou sa télévision (YouTube). [...] Chacun va dire et partager ce qu'il sait ! Chacun est devenu un média ! ». Sur Internet, l'information circule de manière horizontale et en réseau (*many to many*), et non plus de façon verticale et isolée, s'opposant ainsi à la logique descendante des médias traditionnels (*one to many*). « Ce qui n'était disponible que de façon très limitée à quelques marchands vénitiens, sous le nom d'*avvisi*, puis aux rédactions des agences, des journaux, puis des radios et des télévisions, devient désormais accessible à tous » énonce Jacques Attali (2021)²⁷. Le Web 2.0 – ou Web contributif – facilite le partage d'information et démocratise l'écriture publique, tout un chacun pouvant produire une information et la diffuser dans le monde entier, sans passer par le tamis des médias traditionnels. Le journaliste, en tant qu'historien de l'instant (selon la formule d'Albert Camus), n'est plus le seul à connaître et faire connaître ce qu'il se passe dans le monde. L'information existe aujourd'hui en infinie abondance, se voit délivrée en flux, au fil de l'eau et des notifications *push*, manifestations de l'instantanéité et de l'ubiquité. Une logique d'interaction à la diffusion de l'information s'installe, notamment favorisée par les réseaux sociaux, qui offrent la possibilité de partager et de remettre en circulation l'information. Selon Joël de Rosnay, Internet est « un nouveau média interactif, dont la particularité par rapport à l'écrit, la radio et la télévision, est de comprimer dans un temps plus restreint, et dans un espace compacté, un grand nombre de canaux de communication humaine : l'image, l'écrit, le son, la vidéo, etc. »²⁸.

En 2020, en France, près de 40 % des adultes déclaraient s'informer *via* les réseaux sociaux (source : 2020 Reuters Institute Digital News Report). La consommation

²⁶ SCHERER, Éric. « Introduction », *A-t-on encore besoin des journalistes ? Manifeste pour un « journalisme augmenté »*, sous la direction de Scherer Éric. Presses Universitaires de France, 2011, p. 2.

²⁷ ATTALI, Jacques. *Histoire des médias. Des signaux de fumée aux réseaux sociaux, et après*, Fayard, 2021, p. 296-297.

²⁸ DE ROSNAY, Joël. *Passions sur Internet*, Revue transversale Science Culture, juillet-août 1996, n° 40.

numérique de l'information a profondément changé notre rapport à l'information : « On est passé d'une temporalité lente à l'instantanéité, et donc à une déritualisation du rapport à l'information ; ainsi, le JT du 20 heures ou la lecture matinale de son quotidien préféré, qui étaient des rites, ont été remplacé par les infos sur le Net » remarque Pascal Lardellier²⁹. De médias de diffusion, nous sommes passés aux médias en réseaux. Dès lors, d'une temporalité imposée par les rendez-vous médiatiques, la logique passe à une consommation choisie et d'archivage. L'information se fragmente et les individus peuvent désormais personnaliser le flux d'informations qu'ils reçoivent (fil d'actualité, agrégateur d'information, newsletters).

L'immédiateté de l'information conduit à une hyperproduction de signes. De fait, « tout le monde peut créer, et la planète entière peut lire, voir, ou écouter, l'accumulation de ce qui a été fait. L'univers numérique est en croissance constante, mais le temps disponible, lui, ne l'est pas »³⁰. Ces nouvelles façons d'écrire, de raconter, ces nouvelles formes combinant écritures, sons et images, cette multitude d'informations instantanées et en continu créent une surcharge voire une saturation cognitive : le « temps de cerveau disponible » viendrait alors à manquer, selon l'expression de Patrick Le Lay (ancien PDG de TF1). Lors de la conférence Web 2.0 Expo donnée à New York en 2009, l'ethnographe américaine danah boyd³¹ explique que « le pouvoir n'est plus entre les mains de ceux qui contrôlent les canaux de distribution, mais de ceux qui contrôlent les ressources limitées de l'attention »³². En tant que ressource rare, l'attention devient la base d'une nouvelle économie, théorisée par Herbert Simon (1971) :

« Dans un monde riche en informations, l'abondance d'informations entraîne la pénurie d'une autre ressource : la rareté devient ce que consomme l'information. Ce que l'information consomme est assez évident : c'est l'attention de ses

²⁹ LARDELLIER, Pascal. « *Veux-tu être mon ami ?* » Pistes de réflexion critique sur « *l'Internet relationnel* » des ados. Communication présentée lors de la conférence nationale « Cultures numériques, éducation aux médias et à l'information », Lyon, 21-22 mai 2013.

³⁰ PATINO, Bruno. *La civilisation du poisson rouge : petit traité sur l'économie de l'attention*, Grasset, 2019, p. 65.

³¹ La chercheuse souhaite que ses nom et prénom soient écrits avec des minuscules.

³² boyd, danah. *Streams of Content, Limited Attention: The Flow of Information through Social Media*. Communication présentée lors de la conférence « Web 2.0 Expo », New York, 17 novembre 2009.

receveurs. Donc une abondance d'informations crée une rareté de l'attention et le besoin de répartir efficacement cette attention parmi la surabondance des sources d'informations qui peuvent la consommer. »³³

En 1996, Joël de Rosnay exposait une crainte selon laquelle « trop d'information crée une sorte de saturation, et on ne parvient plus à extraire le signal du bruit »³⁴. Ce bruit de fond généralisé nourrit l'infobésité³⁵, telle que définie par Caroline Sauvajol-Rialland (2013) : « L'infobésité recouvre [...] une double réalité : l'augmentation certes exponentielle du volume de données disponibles mais également, et surtout, un phénomène de surcharge informationnelle »³⁶. Cette surcharge informationnelle est également évoquée sous le terme de nuage informationnel par le sociologue Edgar Morin. Il précise ainsi que « l'excès d'information étouffe l'information quand nous sommes soumis au déferlement ininterrompu d'événements sur lesquels on ne peut méditer parce qu'ils sont aussitôt chassés par d'autres événements. [...] Alors que l'information apporte forme aux choses, la surinformation nous plonge dans l'informe »³⁷.

Nous pouvons ainsi constater que le sentiment de surcharge informationnelle n'est pas un mal propre au XXI^e siècle et serait, au contraire, intrinsèque au développement de la connaissance humaine. Christopher N. Carlson précise même qu'« historiquement, une grande quantité d'informations a toujours été une bonne chose : l'information a rendu possible la dissémination des cultures, le développement du commerce et des technologies »³⁸. En Grèce antique, dans l'une

³³ SIMON, Herbert. « Designing Organizations for an Information-Rich World », M. Grennberger (DIR.), *Computer, Communications and the Public Interest*, The John Hopkins Press, 1971, p. 40-41.

³⁴ DE ROSNAY, Joël. *Passions sur Internet*, Revue transversale Science Culture, juillet-août 1996, n° 40.

³⁵ Ce terme apparaît sous la plume du journaliste David Shenk (*Data Smog*, 1993).

³⁶ SAUVAJOL-RIALLAND, Caroline. *Infobésité, comprendre et maîtriser la déferlante d'informations*, Vuibert, 2013.

³⁷ MORIN, Edgar. *Pour sortir du XX^e siècle*, Nathan, 1981, p. 26.

³⁸ CARLSON, Christopher N. *Information overload, retrieval strategies and Internet user empowerment*. Communication présentée lors de la conférence « The Good, the Bad and the Irrelevant: The User and the Future of Information and Communication Theories », University of Art and Design, Helsinki, 3-5 septembre 2003.

des premières *Lettres à Lucilius*, le philosophe Sénèque exprimait déjà que « l'abondance de livres disperse ». Quelques siècles plus tard, René Descartes (1684) rendait compte d'une réflexion similaire : « Quand bien même toute la science qui se peut désirer, serait comprise dans les livres, si est-ce que ce qu'ils ont de bon est mêlé parmi tant de choses inutiles, et semé si confusément dans un tas de si gros volumes, qu'il faudrait plus de temps pour les lire, que nous n'en avons pour demeurer en cette vie »³⁹. La question de la surcharge d'information traverse les âges et les époques, jusqu'à « [faire] partie de la condition humaine »⁴⁰. De tous temps, sont nés des outils techniques pour répondre à l'accroissement de la quantité d'information et afin d'attirer de l'attention. Certains perdurent jusqu'à aujourd'hui, en témoignent par exemple les inventions de Théophraste Renaudot : la conférence et la Gazette.

Ainsi, si le sentiment de surcharge n'est pas inhérent au XXI^e siècle, il tend à s'accroître de manière exponentielle à chaque innovation technologique, tandis que les capacités d'assimilation de notre cerveau n'évoluent pas conséquemment et arrivent à saturation. La surcharge informationnelle ferait ainsi face à la rareté attentionnelle. Dans son ouvrage *Histoire des médias. Des signaux de fumée aux réseaux sociaux, et après*, Jacques Attali déplore ainsi : « En 2020, on estime à quelque 8 secondes la période moyenne au bout de laquelle il faut relancer l'attention sur ces réseaux, comme sur tous les autres médias, contre 12 secondes en 2000 »⁴¹.

Ce phénomène d'intensification pousse à repenser notre consommation de l'information. Dans le film *Les médias, le monde et moi* (réal. Anne-Sophie Novel, 2019), le professeur de littérature et médias Yves Citton⁴² explique que « la quantité

³⁹ DESCARTES, René. *La recherche de la vérité par la lumière naturelle*, Gallimard, coll. La Pléiade, 1953, p. 880.

⁴⁰ SAINT-JUDE, Anaïs. *De Gutenberg à Zuckerberg*. Communication présentée lors de la conférence « Lift12 », Genève, 22-24 février 2012.

⁴¹ ATTALI, Jacques. *Histoire des médias. Des signaux de fumée aux réseaux sociaux, et après*, Fayard, 2021, p. 309.

⁴² Yves CITTON est par ailleurs l'auteur des ouvrages *L'économie de l'attention. Nouvel horizon du capitalisme* (La Découverte, 2014) et *Pour une écologie de l'attention* (Seuil, 2014).

astronomique d'images, de sons, d'informations, d'affections, auxquels on a accès de façon quasiment gratuite [...] crée une surabondance et le besoin de mettre en place de nouveaux filtres, de nouveaux points de repère pour savoir comment utiliser cette multiplicité de choses qui nous dépasse de plus en plus »⁴³. Dans cette perspective, un modèle de journalisme alternatif a émergé, désireux de s'extraire de l'hyperprésent médiatique : le *slow journalism*. En effet, « l'urgence, aujourd'hui, est de sortir de la dictature de l'urgence ; l'urgence est de retrouver le temps long »⁴⁴. La volonté est de s'extraire d'une forme de standardisation des récits journalistiques, d'opérer une décélération du cycle de production de l'information afin d'enrayer la spirale de l'« infoxication ».

⁴³ NOVEL, Anne Sophie. *Les médias, le monde et moi*, Les films d'un jour, 2019.

⁴⁴ FINCHELSTEIN, Gilles et Matthieu PIGASSE. *Le monde d'après. Une crise sans précédent*, Plon, 2009.

1.2. Un temps pour s'informer à travers le podcast d'actualité

« Pourquoi le plaisir de la lenteur a-t-il disparu ? »

MILAN KUNDERA, *La lenteur*, 1995

Face aux principes d'informer *vite et bien* qui deviennent difficiles à concilier, « la plupart des professionnels ont le sentiment de ne plus pouvoir travailler que dans l'urgence, sinon dans la précipitation » constatent Thierry Watine et Michel Beauchamp⁴⁵. Le *slow journalism* est le fruit de l'aspiration de journalistes à prendre le temps de fouiller l'information, c'est-à-dire « de prendre le temps de regarder ce qui se passe autour de soi ; revaloriser le temps nécessaire pour collecter et synthétiser les éléments pertinents d'une information ; bien comprendre et bien faire comprendre ; lutter contre les jugements à l'emporte-pièce et les informations parcellaires, potentiellement dangereuses car risquant d'être mal interprétées, reformulées pour être finalement déformées »⁴⁶. Le sociologue et spécialiste des médias Jean-Marie Charon présente le *slow journalism* comme un journalisme qui se libère des contraintes du temps et de l'espace. Il s'agit en effet de prendre de la distance, tant temporelle que spatiale, pour revendiquer une information de qualité, liée à une certaine rigueur journalistique. Arnaud Mercier souligne à ce titre que « le journaliste tire la sonnette d'alarme et remet au centre de la profession les règles éthiques et déontologiques »⁴⁷. À noter cependant que cet imaginaire du *slow*, créant un renouvellement des mythes professionnels des journalistes, n'a pas pour autant ambition à créer une dichotomie entre le *fast journalism* et le *slow journalism*. Ces deux manières d'informer tendent davantage à être complémentaires, l'information chaude pouvant tout à fait cohabiter et être mise en perspective avec une prise de recul analytique.

⁴⁵ WATINE, Thierry et Michel BEAUCHAMP. *La nouvelle responsabilité sociale des médias et des journalistes*, Les Cahiers du journalisme n°2, décembre 1996, p. 114.

⁴⁶ JOSET, Elena. *Revendications, circulation et appropriation : aux origines du slow media*, Effeillage, la revue qui met les médias à nu, septembre 2020, n°9.

⁴⁷ MERCIER, Arnaud cité par Lohan BENAATI et Florian CHAABAN. *Quand le slow donne le tempo*, La fabrique de l'info, 2018.

Plus qu'une information « enrichie, approfondie et pertinente »⁴⁸, le *slow journalism* aspire à faire un pas de côté dans le traitement de l'actualité. Il s'agit de mettre l'information en perspective, de regarder l'actualité sous un prisme différent. Une multitude de *slow media* ont émergé, avec pour ambition d'être « alternatifs dans le discours, alternatifs dans la forme »⁴⁹. Parmi eux⁵⁰ :

- *Le 1*, un journal papier hebdomadaire (un format A1 plié) qui traite chaque semaine d'un seul sujet d'actualité, à travers plusieurs regards : écrivains, scientifiques, chercheurs, économistes, poètes, artistes, sociologues, réalisateurs, politistes, anthropologues. L'onglet « Qui sommes-nous ? » du site internet explique que « l'information coule à flot continu, dans un trop-plein désordonné qui brouille le sens des événements et les prive de perspective. Face à ce déferlement, l'équipe du 1 souhaite vous offrir chaque semaine un journal singulier qui éclaire en profondeur les questions clés de notre époque, dans un esprit d'ouverture et de partage, loin des idées reçues et du zapping permanent »⁵¹ ;
- *La Revue Dessinée*, un *mook*⁵² trimestriel d'actualité (200 pages de reportages, de documentaires et d'enquêtes) en bande dessinée. Ce magazine se présente comme étant « à rebours des flux d'informations en continu. La Revue Dessinée prend le temps de mener des enquêtes au long cours et de porter un regard à la fois distancié et critique sur la réalité »⁵³ ;
- *Les Jours*, est un média en ligne fondé par huit anciens journalistes de *Libération*, qui raconte l'actualité sous forme de séries appelées « obsessions » qui se découpent en épisodes. La rédaction y défend « un journalisme au long

⁴⁸ Termes employés par Rob ORCHARD – co-fondateur du média en ligne Delayed Gratification, pionnier et référence du *slow journalism* en Grande-Bretagne – dans sa définition personnelle du *slow journalism*.

⁴⁹ MEDIONI, David. *Cette presse qui prend son temps*, CBNews, février 2012, n°63.

⁵⁰ Cette énumération est non exhaustive et purement subjective. Nous pourrions également citer à l'échelle européenne *Delayed Gratification* (Royaume-Uni), *De Correspondent* (Pays-Bas) ou encore *Long Play* (Finlande).

⁵¹ « Un journal pour comprendre le monde », en ligne : <https://le1hebdo.fr/journal/qui-sommes-nous>.

⁵² Une forme de publication hybride entre le magazine et le *book*.

⁵³ En ligne : <https://www.larevuedessinee.fr/>.

cours, tenace, singulier et obsessionnel », l'objectif étant d'« aller au fond de l'actualité, tout au fond, pour comprendre et expliquer, contextualiser, raconter mieux et ne pas se contenter des friselis de l'info »⁵⁴ ;

- *The Conversation*, un média en ligne qui croise l'expertise du monde académique à l'exigence journalistique : « À rebours de l'accélération folle de l'information sur Twitter et des chaînes d'info en continu, ce nouveau pure-player de l'info en ligne, entièrement gratuit, [mise] sur un journalisme *in-depth* qui se donne le temps de la réflexion et de l'explication »⁵⁵ ;
- *Brief.me*, une newsletter payante d'actualité quotidienne, propose une synthèse de l'actualité triée, résumée et expliquée. L'ambition du média est de « faire le tri entre l'important et l'urgent, entre les vraies actus et les fake news, entre les petits buzz et les infos de fond [...]. Brief.me promeut une nouvelle forme de journalisme, le “slow media” qui consiste à proposer moins de contenu, mais plus de sens »⁵⁶.

Ces différents exemples montrent bien que ces *slow media* peuvent exister sous diverses formes, au-delà du format papier. Venons-en donc à notre objet d'étude qu'est le podcast d'actualité. Par sa nature, le podcast s'émancipe des contraintes mécaniques de l'antenne : tandis que la radio est un média de masse et de flux – la radio pour tous, avec une grille de programmes ; le podcast est quant à lui un média personnel et de stock – la radio pour chacun, où l'auditeur passe à une consommation à la carte. Nous pourrions alors emprunter les concepts de l'homochronie et l'hétérochronie théorisés par Philippe Marion (1997) pour établir la frontière entre ces deux médias :

« Dans un contexte *hétérochrone*, le temps de réception n'est pas programmé par le média, il ne fait pas partie de sa stratégie énonciative. Le “livre”, la presse écrite, l'affiche publicitaire, la photographie, la bande dessinée : autant de lieux d'*hétérochronie*. C'est dire que le temps de consommation du message n'est pas médiatiquement intégré, il ne fait pas partie du temps d'émission. [...] Un média

⁵⁴ « “Les Jours”, c'est quoi ? », en ligne : <https://lesjours.fr/les-jours-c-quoi/>.

⁵⁵ FÉRAUD, Jean-Christophe. *Journalistes et universitaires font « Conversation »*, Libération, 21 septembre 2015.

⁵⁶ « Qu'est-ce que Brief.me ? », en ligne : www.brief.me/en-bref/.

homochrone se caractérise par le fait qu'il incorpore le temps de la réception dans l'énonciation de ses messages. Ces derniers sont conçus pour être consommés dans une durée intrinsèquement programmée. [...] Le spectacle cinématographique, les émissions de télévision ou de radio, sont prévus pour une *adéquation énonciative* de la durée. »⁵⁷

Si la radio est un média homochrone, ayant la capacité d'immerger son auditeur dans l'instantanéité, le podcast s'inscrirait davantage dans un contexte hétérochrone, lié à une délinéarisation, une élasticité du moment d'écoute. De même, si la radio n'offre qu'une seule chance pour être entendue et comprise, le podcast crée une liberté dans l'écoute, permettant d'être écouté et réécouté sans limite. En effet, « on n'attend plus le rendez-vous fixé par la grille des programmes : on écoute ce qu'on veut, quand on veut, où on veut »⁵⁸ explique Silvain Gire, responsable éditorial et cofondateur d'Arte Radio, à propos du podcast. L'essor des podcasts perturbe à la fois l'organisation temporelle préexistante des programmes à la radio – une « grille » précisant les scansions temporelles : horaire, quotidienne, hebdomadaire, saisonnière –, mais également celle de l'écoute en simultané partagée par les auditeurs. S'installe avec le podcast une logique de désynchronisation⁵⁹, une consommation « à la demande » où chacun peut sélectionner ce qu'il souhaite écouter, organiser son écoute individuellement et comme il le désire – mettre sur pause, accélérer, revenir en arrière –. L'auditeur compose ainsi sa propre grille, évolue dans une temporalité choisie et non subie, ce qui instaure de fait un engagement dans l'écoute. Silvain Gire va ainsi jusqu'à rapprocher le podcast à un livre, plus encore que de la radio :

« La radio existe en tant que présence, en tant qu'accompagnement dans la journée, en tant que complicité, en tant que surprise de l'immédiateté quand on l'allume. Le podcast, c'est autre chose, c'est beaucoup plus proche de la lecture que de la radio, c'est un moment intime, où l'on est en général seul. [...] La radio vous ne la réécoutez jamais ; si vous devez partir pour aller travailler, vous allez

⁵⁷ MARION, Philippe. *Narratologie médiatique et médiagenie des récits*, Recherches en communication, 1997, n°7, p. 82-83.

⁵⁸ GIRE, Silvain cité dans *Arte Radio* : « On écoute ce qu'on veut, quand on veut », L'humanité, 12 novembre 2012.

⁵⁹ MÉADEL, Cécile, et Francesca MUSIANI. *La (dé-)synchronisation par le public. Un nouveau format radiophonique*, Les Enjeux de l'information et de la communication, 2013, vol. 14/2, n°2, p. 123-133.

éteindre la radio même si l'émission est passionnante, vous n'y reviendrez plus. Alors qu'un podcast s'apparente beaucoup plus au livre que vous êtes en train de lire dans le bus ; vous allez prendre un marque-page quand vous êtes arrivé à votre arrêt. »⁶⁰

Par ailleurs, le podcast d'actualité permet, selon les mots de Céline Asselot, présentatrice du *Quart d'heure* de Radio France, de se détacher de l'écume de l'actualité, pour être sur la vague. En effet, le podcast d'actualité donne la possibilité d'informer selon un temps médiatique qui s'extrait du direct, il s'agit de s'inscrire dans une temporalité plus lente, de sélectionner une actualité qui puisse davantage perdurer dans le temps. Céline Asselot explique ainsi au micro de France Info : « L'idée n'est pas d'être exhaustif, de dire qu'on va tout raconter sur ce qu'il s'est passé dans la journée, [...] mais d'aller chercher ce qui nous interroge dans l'actualité du jour, qui dit quelque chose de notre société, du monde qui nous entoure »⁶¹. En proposant une sélection de l'information, le podcast d'actualité offre une réponse à la forme d'épuisement liée à la surabondance d'actualités. Jean-Guillaume Santi, à l'origine du podcast *Pandémie du Monde*, explique : « Nous voulions sortir du stress de la spirale d'information continue, faire du “*slow journalism*” »⁶².

La question du rapport à l'actualité se pose dans le podcast d'actualité vis-à-vis de la lenteur prônée par les *slow media*. Comment rester dans l'actualité en proposant un rythme alternatif ? Selon Rob Orchard, le *slow journalism* invite à replacer une actualité dans le temps long. Céline Asselot explique que, pour son podcast d'actualité, il s'agit de choisir les sujets qui seront valables demain dans l'actualité et de les traiter de manière plus distanciée. Pour reprendre son exemple, il n'y a pas d'intérêt à donner les derniers chiffres sur la Covid-19 dans la mesure où ils seront caduques quasiment instantanément à la sortie de l'épisode du *Quart d'heure*, mais

⁶⁰ Propos recueillis lors de l'entretien mené avec Silvain GIRE, responsable éditorial et co-fondateur d'ARTE Radio.

⁶¹ ASSELOT, Céline interrogée par Célyne BAÏT-DARCOURT. *Radio France lance son podcast quotidien d'information*, Info Médias, France Info, 18 septembre 2020.

⁶² DURIEZ, Isabelle. *Les podcasts d'actualités en plein « boom » depuis le confinement*, La revue des médias – INA, 26 juin 2020.

plutôt de tirer des enseignements à partir de ces chiffres ou encore de questionner les évolutions d'un secteur d'activité face à cette pandémie.

L'idée de considérer le podcast d'actualité, et plus largement le podcast, comme un *slow media* semble toutefois à relativiser, trouvant des limites dans sa logique de distribution. Près de 900 000 podcasts ont été mis en ligne dans le monde en 2020, un chiffre trois fois supérieur à l'année 2019. L'économie naissante du podcast pousse les grandes entreprises du numérique – plus précisément les plateformes de distributions telles que Apple ou Spotify – à conquérir notre attention et, par extension, notre temps. Silvain Gire souligne en effet que « le podcast vous confisque du temps. Il faut lui en accorder, donc l'économie de l'attention est fondamentale, parce qu'il y a maintenant des dizaines de milliers de podcasts qui vous font de l'œil et tentent de vous séduire en disant “Écoutez-moi, écoutez-moi !” »⁶³. À ce propos, Thomas Biasci, chef de projet innovation chez Radio France, s'interroge : « *[Les podcasts sont en] train d'être préemptés par des plateformes qui favorisent un temps d'utilisation maximal de leurs applications, on peut se demander ce que [ces plateformes] vont en faire. Lorsqu'on écoute un podcast, on peut prendre son temps, mais est-ce qu'elles ne vont pas nous forcer à en écouter dix d'affilée ? Et ça, est-ce que c'est du slow media ?* »⁶⁴. En témoignent les investissements massifs de Spotify depuis ces dernières années, dans une volonté « d'installer durablement l'écoute de podcasts chez ses utilisateur·trices »⁶⁵ et de basculer d'un statut de plateforme musicale à celui de plateforme audio. À titre d'exemple de cette incitation à l'écoute, les playlists « Daily Drive » sont une curation personnalisée mêlant musique et podcasts d'actualités (notamment issus de partenariats exclusifs avec la plateforme).

L'évolution manifeste des usages et des pratiques d'écoutes que nous venons d'exposer ne va pas sans une évolution par extension du processus de

⁶³ Propos recueillis lors de l'entretien mené avec Silvain GIRE, responsable éditorial et co-fondateur d'ARTE Radio.

⁶⁴ Propos recueillis lors de l'entretien mené avec Thomas BIASCI, chef de projet innovation chez Radio France.

⁶⁵ ROCCO, Hélène. *[Enquête] Quel modèle économique pour le podcast français ?*, Les Inrockuptibles, 14 octobre 2020, n°1298, p. 26.

création. C'est en effet l'intégralité de l'écosystème audio qui se trouve *potentiellement* bouleversée par le numérique. L'écriture sonore se réinvente à travers le numérique, qui offre de nouveaux horizons narratifs.

2. Une écriture sonore de l'information

« Les mots mis en ondes à travers les voix et la musique perturbent le silence et engendrent des images, des émotions et des rêves »⁶⁶. Le podcast d'actualité – en s'affranchissant des contraintes que l'on retrouve en radio – renouvellerait la manière dont est présentée et racontée l'information en termes sonores. En effet, si le podcast d'actualité offre un nouveau tempo à l'information, il laisse nécessairement place à l'écriture d'une nouvelle partition sonore. Quels sont donc les différents instruments dont cette partition se compose ?

2.1. Raconter pour informer : un récit de l'actualité

« *We are all storytellers.* »

JESSICA ABEL, *Out on the Wire*, 2015

Charlotte Pudlowski, dans un article pour Slate, explique que « les podcasts sont à la fois le média le plus ancien et le plus moderne qui soit. La narration orale remonte, probablement, disons à 50 000 ans plus tôt, soit à la parole elle-même. Mais la possibilité d'avoir une voix dans sa poche, sans besoin d'un orateur qui vous suivrait dans la rue pour vous raconter des histoires, remonte à moins de vingt ans »⁶⁷. En effet, les journalistes et auteurs audio, qu'ils soient issus de la radio ou du podcast, s'inscrivent d'une certaine manière dans la lignée des orateurs attiques et de la tradition narrative qui a traversé les époques depuis lors. Au coin du feu, tout comme au creux de l'oreille, les histoires sont une forme d'héritage et de partage qui ont toujours été au cœur de notre société.

Aux États-Unis, raconter une histoire, raconter *des* histoires, est au cœur de la tradition journalistique. Le concept de *storytelling*⁶⁸, tiré du mouvement du *New Journalism*, vise à incorporer des techniques stylistiques issues de la fiction dans la

⁶⁶ MASSON, Blandine. *Mettre en ondes : la fiction radiophonique*, Actes Sud, 2021, p. 14.

⁶⁷ PUDLOWSKI, Charlotte. *Comment les podcasts vont envahir le monde*, Slate, 16 juin 2016.

⁶⁸ Ce concept est habituellement traduit par l'expression « mise en récit » (*story* : histoire + *telling*, du verbe *to tell* : raconter).

narration de l'information. Tom Wolfe⁶⁹, figure phare du journalisme narratif américain, décrit ce style de journalisme comme une « investigation artistique » : « Investigation is an art, let's just be kind of artists »⁷⁰. Selon une définition américaine du phénomène journalistique, le *narrative journalism* se définit comme « the genre that takes the techniques of fiction and applies them to nonfiction. The narrative form requires deep and sophisticated reporting, an appreciation for storytelling, a departure from the structural conventions of daily news, and an imaginative use of language »⁷¹. Cette forme d'écriture invite donc à se rapprocher de la littérature, même si la véracité de l'information et le souci des faits restent déterminants : il s'agit aussi bien de rendre compte du réel, que d'enquêter, de raconter ou encore de révéler le monde.

Pour ce modèle journalistique narratif, la mise en récit est une composante fondamentale. Selon Mark Kramer, qui propose une définition du récit, cette notion s'articule en six éléments : « At a minimum, narrative denotes writing with a) set scenes, b) characters, c) action that unfolds over time, d) the interpretable voice of a teller, a narrator with a somewhat discernable personality, e) some sense of relationship to the reader/viewer/listener, and f) all arrayed to lead the audience toward a point or realization or destination »⁷². Pour se faire l'écho d'une histoire factuelle, le journaliste utilise des techniques tirées de la littérature dans le but de narrer la manière dont les personnages vont évoluer – vivre, se déplacer, penser, s'exprimer, interagir – dans un cadre spatio-temporel déterminé. Le journaliste va ainsi chercher à s'immerger au plus proche de son terrain pour offrir au lecteur une compréhension fine et précise du réel vécu, tout en captant son attention et en stimulant son intérêt. Raconter des histoires permet alors de sortir de la

⁶⁹ Il est à l'origine de l'expression *New Journalism*, qu'il a utilisée pour la première fois dans son anthologie *The New Journalism*, publiée en 1973.

⁷⁰ WOLFE, Tom. *The New Journalism*, 1973, p. 75.

⁷¹ Nieman Foundation cité par Marie VANOOST. *Journalisme narratif : proposition de définition, entre narratologie et éthique*, Les Cahiers du journalisme, printemps/été 2013, n°25, p. 145.

[La définition est volontairement laissée en anglais dans le texte, dans l'idée de souligner la conception américaine de la définition.]

⁷² KRAMER, Mark, cité par Chip SCANLAN. *What is Narrative, Anyway ?*, Poynter.

retranscription objective du réel. Ainsi, en tant que récit du réel, le journalisme narratif recompose et réinvente la réalité du monde à travers le filtre de la fiction.

L'engouement pour le *storytelling* – cet « art de raconter des histoires »⁷³ – va au-delà de la presse écrite. Outre-Atlantique, l'intérêt culturel pour les histoires orales fait de la radio et du podcast les formes les plus plébiscitées pour informer sur l'état du monde et des sociétés. Pour dessiner les contours du journalisme narratif radiophonique et dresser les points communs des émissions qui se revendiquent de ce genre, la dessinatrice américaine Jessica Abel explique : « [Ces émissions] sont composées d'histoires individuelles révélant des questions plus larges de société ou universelles, elles sont incarnées par des personnages surprenants et attachants, portées par des voix et un ton authentique et naturel, les structures narratives sont travaillées et utilisent le son »⁷⁴. Le podcast *Serial*, diffusé sur l'antenne publique américaine NPR depuis 2014, fait figure de modèle dans la narration sonore. La journaliste Sarah Koenig y mène une contre-enquête judiciaire sur l'affaire Adnan Syed, un jeune homme condamné à perpétuité pour le meurtre supposé d'une jeune fille commis à Baltimore en 1999. Semaine après semaine, épisode après épisode, la journaliste mène l'enquête et suit un fil narratif relatant des faits survenus quinze ans plus tôt et conserve le sens du détail pour mettre en évidence les éléments d'enquête entourant le drame. Lors d'une interview, Sarah Koenig explique qu'elle souhaite faire émerger de cette histoire individuelle une question plus universelle : « Une question plus intéressante encore à mon sens était : qu'est-ce que ce procès, que signifie-t-il et comment fonctionne notre système [judiciaire] ? »⁷⁵. En termes de narration, le podcast *Serial* se voit assimilé par la presse à *Twin Peaks*, la célèbre série policière de David Lynch, toutefois en gardant l'éthique de l'enquête journalistique.

⁷³ SALMON, Christian. *Storytelling : La machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits*, Éditions La Découverte, 2008, p. 7.

⁷⁴ ABEL, Jessica. *Out on the Wire: the Storytelling Secrets of the New Masters of Radio*, Crown, 2015.

⁷⁵ Traduction personnelle : « A more interesting question to me was: What is this trial and what does it mean and how is our system working? », cité dans « Sarah Koenig Explains Why Season 3 Of *Serial* Will Be Different », ELLE USA, 5 septembre 2018.

« *This is how the news should sound* » annonce le slogan du podcast d'actualité *The Daily* du New York Times. Ce podcast est la source d'inspiration principale revendiquée par de nombreux podcasts d'actualité français, notamment pour sa qualité éditoriale. Né au début de l'année 2017, son ambition était de remettre en question, de défier, de faire comprendre le moment que nous sommes en train de vivre, selon les mots de son présentateur, le journaliste Michael Barbaro. Bien plus encore, le producteur du *Daily*, Alex Young, explique : « Nous construisons un monde à chaque fois que nous faisons un épisode. Il ne s'agit pas seulement de présenter les faits. Nous construisons aussi tout le contexte du monde dans lequel vit l'histoire »⁷⁶. Le podcast fait le choix d'explorer en profondeur un fait d'actualité par jour pendant une vingtaine de minutes. Les épisodes sont fortement produits et utilisent les techniques du *storytelling* et le *sound design* pour raconter l'actualité. À ce titre, Michael Barbaro précise :

« Lorsque nous parlons de narration et d'actualité, il ne s'agit pas de se contenter de présenter les actualités et d'en parler pendant quinze ou vingt minutes. Il s'agit de traiter l'actualité – parce que toutes les grandes histoires ont un arc narratif – avec l'idée de créer du suspense. Que va-t-on dire aux gens au début de l'histoire par rapport à la fin ? Où est l'épiphanie ? Où se trouve le moment d'émotion du reportage ? »⁷⁷

Dans le monde francophone, le journalisme narratif a notamment été théorisé par le journaliste de profession Alain Lallemand, qui a largement participé à la réflexion autour de cette forme journalistique. Il propose une définition du récit basée sur sept caractéristiques : « Action, proximité, implication et pourtant distance critique ; fiabilité, voix et structure signifiante »⁷⁸. Il introduit un caractère qui vient nuancer les définitions nord-américaines : celui de la nécessaire association de l'implication

⁷⁶ YOUNG, Alex cité par Kerry FLYNN. *What's next for America's favorite news podcast*, CNN Business, 4 décembre 2020.

⁷⁷ Traduction personnelle : « *When we say narrative and news, what we mean is that you're not just going to give the news upfront and talk about it for 15 or 20 minutes. You're going to treat the news – because all great stories have a narrative arc to them – with the idea that there's suspense. What are you going to tell people at the start of the story versus the end? Where's the epiphany? Where's the emotional moment in the piece?* », propos de Michael BARBARO, dans « *The Age of Podcast Journalism* », podcast Recode Decode, juin 2018.

⁷⁸ LALLEMAND, Alain. *Journalisme narratif en pratique*, De Boeck, 2011, p. 11.

personnelle à la légitimation journalistique. Selon lui, « pour comprendre puis restituer l'action, le journaliste l'approche, l'expérimente, la digère. La proximité, l'implication personnelle du journaliste puis son recul critique est la règle trinitaire du genre, ce qui assure au récit une fiabilité factuelle supérieure au journalisme courant : le journaliste sait de quoi il parle, il en traite avec autorité »⁷⁹. Les idées de *proximité* et d'*implication personnelle* nécessitent pour le journaliste d'être dans l'action, voire même de la vivre au-delà d'une simple présence sur le terrain. Cette immersion va jusqu'à creuser les émotions et les pensées des personnages ; autant de détails permettant de rendre l'histoire vivante, voire « expérimentable ». La *prise de distance* offre par ailleurs une garantie de fiabilité au récit médiatique. Le journaliste doit en effet répondre aux exigences éthiques et déontologiques en matière d'information journalistique. La précision factuelle implique qu'« aucun élément ne [puisse] être inventé, ajouté ou supprimé ; tout doit être vrai »⁸⁰. Albert Camus, dès 1944, posait une réflexion sur le rôle de journaliste et affirmait dans un éditorial dans *Combat* : « Qu'est-ce qu'un journaliste ? C'est un historien au jour le jour, et son premier souci doit être de vérité ».

« *Le succès du Daily, le podcast du New York Times, est en quelque sorte l'ancêtre et le modèle que l'on a tous ici* », explique Céline Asselot lors de notre entretien. Si la France s'inspire du *New Journalism* – et que de nombreux podcast admettent avoir suivi des modèles américains –, son identité ne se trouve pas pour autant dans la tradition narrative américaine. Une explication se trouve notamment dans la différence de culture et de tradition journalistique entre les deux pays : aux États-Unis, la mise en scène fait partie du travail journalistique ; en France, la mise en avant d'un journaliste au sein d'une rédaction se fait bien plus rare. Thomas Biasci explique ainsi que « *les américains savent se mettre en scène, ils savent parler, ils savent raconter des choses qui ont l'air ennuyantes pour que cela devienne moins ennuyant. Ce n'est pas forcément le cas des journalistes en France qui ont une formation différente, où l'on est beaucoup plus dans l'équipe, la rédaction. Les noms*

⁷⁹ LALLEMAND, Alain. *Journalisme narratif en pratique*, De Boeck, 2011, p. 23.

⁸⁰ VANOOST, Marie. *Journalisme narratif : proposition de définition, entre narratologie et éthique*, Les Cahiers du journalisme, printemps/été 2013, n°25, p. 152.

des journalistes ne ressortent pas forcément donc ils n'ont pas l'habitude de se mettre en avant »⁸¹.

Pour mettre en évidence la façon dont les composantes du journalisme narratif se transposent dans les podcasts d'actualité français, il semble intéressant de revenir sur la manière dont les hôtes des podcasts *Dépêche* et *Le Quart d'heure* présentent leurs podcasts :

- Céline Asselot présente *Le Quart d'heure* comme étant « *[son] regard sur l'actualité, [ses] questionnements, un autre moyen d'aller chercher l'information, d'assumer un regard plus personnel sur l'actualité, de la raconter autrement, d'avoir d'autres codes, de casser les codes de ce que l'on peut entendre sur d'autres antennes ou de jouer avec ces codes* » ;
- Olivier Minot, quant à lui, présente *Dépêche* comme « *un dessin de presse sonore, avec l'idée de prendre l'actualité et de faire un pas de côté ou de la regarder d'un angle un peu détourné, soit par l'angle de la blague, soit par un angle un peu plus naïf parfois ; essayer d'avoir une subjectivité, un regard oblique sur l'actualité à travers le détournement* ».

De toute part, la subjectivité est de mise, faisant l'une des spécificités du journalisme narratif. On remarque par ailleurs une certaine porosité entre les deux journalistes et les sujets qu'ils traitent. Ils assument un affect à la fois délibéré et assumé face à l'actualité. Olivier Minot explique ainsi que « *ce [qu'il fait] est complètement subjectif et c'est une subjectivité assumée parce [qu'il parle] à la première personne, parce [qu'il a] une sorte de personnage qui revient toute les semaines donc les gens commencent à [le] comprendre, à [le] connaître et savent un petit peu ce [qu'il peut] penser, comment [il peut] réagir. Ils peuvent se positionner en fonction de cette source [qu'il est] pour eux, ils peuvent [le] situer* ». Ici, il fait référence à ce titre au journalisme situé, tel que développé par la journaliste et militante féministe Alice Coffin dans son ouvrage *Le génie lesbien*. En transposant les travaux de Sandra Harding ou de Donna Haraway sur la neutralité et l'objectivité scientifique au journalisme, elle remet en cause le dogme de l'objectivité et de la

⁸¹ Propos recueillis lors de l'entretien mené avec Thomas BIASCI, chef de projet innovation chez Radio France.

neutralité journalistique. Olivier Minot indique : « *J'ai une subjectivité, je parle d'un endroit, j'essaie de rappeler que je suis d'une certaine classe sociale, que je suis blanc, que je suis hétéro* ». En effet, chaque journaliste est situé dans une certaine position sociale qui influe sur son discours journalistique. En l'exposant, il rend alors transparente sa condition sociale.

Au sujet de l'immersion, Céline Asselot explique :

« En parlant de moi, je vais essayer de rapprocher l'actualité et la personne qui écoute. C'est ça que je trouve intéressant. Ce n'est pas un "je" de "moi, Céline Asselot, je donne mon avis sur l'actualité", car cela n'aurait pas beaucoup d'intérêt donc ce n'est pas l'idée. Simplement, jouer le "jeu" avec le "je" permet d'entrer différemment dans l'actualité et, peut-être, je l'espère, de créer un lien de complicité et d'écoute plus fort, un engagement de l'auditeur : moi je lui parle à lui précisément de sujets qui le touchent lui précisément, même s'il n'en avait pas forcément conscience avant. »

En créant ce lien de complicité et d'écoute, par le partage d'une certaine sensibilité, un contrat lie le journaliste et l'auditeur. Ce contrat ne stipule pas uniquement la transmission d'informations et la recherche de vérité, mais installe également de la confiance et de la proximité : le journaliste s'engage davantage, espérant l'engagement réciproque de l'auditeur. Michael Barbaro indique à ce titre que « le podcast est, par définition, un média plus vulnérable et transparent. Vous pouvez entendre l'incertitude du journaliste »⁸².

Dans la continuité de la tradition journalistique anglo-saxonne, de nombreux podcasts, qu'ils soient d'actualité ou non, emploient le « je ». L'utilisation de la première personne du singulier y permet l'émergence de récits personnels, réhabilitant de fait une certaine liberté, tant dans le ton que dans la posture. Cette liberté dans la posture permet au podcasteur de s'afficher en tant que personne, plutôt qu'à travers le statut de journaliste. Jessica Abel souligne : « [Les journalistes] parlent comme de vrais êtres humains. Ce ton permet de s'identifier à leurs histoires. D'autant qu'aujourd'hui l'autorité vient de l'authenticité et non pas de la

⁸² BARBARO, Michael cité par Rebecca MEAD. *How podcasts became a seductive – and sometimes slippery – mode of storytelling*, The New Yorker, 19 novembre 2018.

distanciation »⁸³. Silvain Gire justifie que « c'est une humilité. C'est le fait de tout de suite affirmer d'où l'on parle. C'est le fait de ne pas prendre la parole avec un statut omniscient de sachant, de supériorité. C'est le fait de dire "Je ne suis pas journaliste, ou artiste. Je suis aussi quelqu'un qui partage son expérience" »⁸⁴.

En cherchant à susciter la curiosité de l'auditeur et à déplacer le discours expert désincarné vers le domaine de l'expérience personnelle, la mise en scène journalistique profite également à la narration. Dans *Le Quart d'heure*, Céline Asselot fait appel à de nombreuses anecdotes personnelles pour introduire les sujets d'actualité :

« Je suis une journaliste qui n'a jamais dit « je » à l'antenne ou quasiment jamais. Avec le podcast, je me suis dit que je pouvais travailler justement le champ du « je », qui n'était finalement pas si inintéressant que cela. Je trouve qu'il permet d'impliquer plus l'auditeur. Si je raconte que quand j'étais plus jeune, j'étais fan de Friends pour parler du nouvel épisode sorti, c'est aussi parce que je sais que je ne suis pas la seule et que je vais, en parlant de moi, parler de vous et essayer d'instaurer un lien de complicité, une forme de complicité avec l'auditeur, c'est-à-dire rendre l'actualité plus personnelle. [...] Lorsque par exemple, je vais vous parler du bitcoin ou de la révolte des jeunes en Thaïlande, peut-être que cela va vous paraître très lointain, mais peut-être qu'avec le « je », je vais arriver à faire des ponts entre cette actualité et l'auditeur. »

Par ailleurs, en traitant l'actualité sous le prisme d'un dessin de presse sonore dans le podcast *Dépêche*, Olivier Minot use de l'humour pour traiter l'information. Dans l'article *Pourquoi traiter l'information avec humour ?*, introduisant le dossier « Humour & information » de la revue *Effeillage* (n°4, juin 2015), l'humour est présenté comme étant « par essence une énonciation sur le mode de l'implicite, de la litote et de l'hyperbole ; autrement dit, un mode d'énonciation susceptible de brouiller le message en multipliant les ambiguïtés, au risque même de l'équivoque. [...] L'humour, c'est en effet un parti pris éditorial. Traiter l'information différemment, de manière décalée ou provocante, constitue un ressort énonciatif pour soumettre

⁸³ ABEL, Jessica citée par Clément BAUDET. *Enquête graphique dans les coulisses du storytelling radiophonique*, Syntone, 7 janvier 2016.

⁸⁴ GIRE, Silvain cité par Fiona TODESCHINI. *Podcast natif et intimité : les récits à la première personne*, 2018. CELSA, DUMAS – 03115122.

un point de vue »⁸⁵. En mêlant parodies, détournements, reportages et collages, Livo – alias Olivier Minot – porte un regard acerbe et critique sur l’actualité et les médias. Lors d’un goûter d’écoute⁸⁶ Arte Radio, Silvain Gire présente *Dépêche* comme un moment où l’on esquisse plusieurs sourires, voire des éclats de rire. Lors de l’entretien mené auprès de lui, il précise alors :

« Dépêche, c’est une émission d’actualité, mais ce que je trouve de formidable, c’est qu’elle est faite vraiment avec toutes les armes du langage, toute la palette disons, de l’art de la radio, de l’art du son et de l’expression radiophonique. Dépêche, c’est à la fois une revue de presse, un micro-trottoir mais aussi du vrai reportage, des entretiens, des enquêtes, voire parfois des scoops et aussi des parodies, des blagues, des musiques, des prises de son sur le vif et une narration personnelle. Ce qu’il y a de formidable dans l’art d’Olivier Minot, c’est qu’il n’y a jamais d’ambiguïté sur ce que l’on est en train d’entendre, c’est-à-dire qu’on distingue parfaitement les blagues, les parodies, le vrai du faux et les moments où il va appeler réellement un député ou un militant de La République En Marche. »

Si Céline Asselot et Olivier Minot cherchent à refléter le réel, chacun le fait avec l’expression d’un regard particulier, qui se manifeste notamment par un travail du son et une recherche sonore. L’intentionnalité narrative des podcasts d’actualité se traduirait donc par une écriture sonore de l’information. Dès lors peut-on se demander : comment raconter l’information en termes sonores ?

⁸⁵ JOUAN, Barbara et Hélène VIVANT. *Pourquoi traiter l’information avec humour ?*, Effeillage, la revue qui met les médias à nu, n°4, juin 2015.

⁸⁶ Les goûters d’écoute Arte Radio sont organisés le premier dimanche de chaque mois à la Maison de la Poésie à Paris. Ces événements sont un « cinéma pour les oreilles », des séances d’écoute de podcasts ou d’extraits de créations sonores, animées par Silvain Gire et les auteur·e·s.

2.2. Le podcast comme espace de création radiophonique

« *La radio est un piano dont on n'utilise qu'une seule touche.* »

DANIEL MERMET, Carnets de routes, 1999

Podcast : « son à emporter »⁸⁷. Le podcast est un média à part entière qui offrirait des possibilités infinies en termes de création sonore. Présenté comme une « révolution » par les médias qui couvrent le sujet, l'idée semble toutefois à relativiser. En effet, si l'intérêt autour de cet écosystème médiatique est relativement nouveau, il ne faut pas pour autant en négliger la mémoire sonore. Empruntant à la fois aux codes des productions propres à Internet, tout en s'inscrivant dans l'héritage des médias préexistants, le podcast est aujourd'hui souvent placé en opposition à la radio traditionnelle. En témoigne la signature du Paris Podcast Festival, « C'est pas de la radio c'est du podcast ». Juliette Volcler explique cependant que « le podcast a offert, dès le départ, des possibilités d'expression et de diffusion inédites, ce qui ne l'empêche pas de demeurer profondément lié à l'histoire de la radio hertzienne et des médias de masse : il les questionne, certes, mais, tout autant, les poursuit, se les approprie, en exporte les savoirs comme les pratiques, et les renouvelle »⁸⁸. Rémi Bouton ajoute : « En plein essor, le podcast apporte un nouvel univers audio venant compléter l'offre d'une radio pour tous et fédératrice : un média personnel, à la carte, mobile, ouvert sur une multitude de productions et de créations »⁸⁹.

Le podcast, en tant que création sonore, semble donc être un retour aux sources de la création radiophonique et de la radiophonie, qui ont émergé un siècle plus tôt avec la naissance de la radio. Dans sa conception traditionnelle, la radio s'est imposée comme un média du direct, influencée par les contraintes techniques assez lourdes d'enregistrement et de montage. Elle s'est alors restreinte à une représentation d'un média de l'instantanéité, de l'éphémère et de l'accompagnement, marquant son

⁸⁷ Selon la définition proposée par Syntone.

⁸⁸ VOLCLER, Juliette. *Il était une fois le podcast. 1 : Faire table rase*, Syntone. 26 juin 2018.

⁸⁹ BOUTON, Rémi. *Podcast : le grand retour du son*, Nectart, 2020/1, n° 10, p. 96-103.

opposition à la presse écrite et au cinéma. Pierre Schaeffer résume ainsi : « Le cinéma peut dire “J’y étais”, la radio dit “J’y suis”. L’indicatif présent est un mode qui lui appartient en propre. [...] J’irai jusqu’à dire que ce n’est pas ce qui se passe qui nous intéresse, mais le fait nu qu’il se passe en ce moment quelque chose »⁹⁰. Les progrès techniques (stéréophonie, bande magnétique, musique électroacoustique) ont par la suite permis de faire naître de nombreuses expérimentations radiophoniques, notamment du fait d’une curiosité et d’un intérêt pour ce média nouveau. Ces expérimentations sonores, pour créer et recréer le monde, ont alors permis d’inventer de nouvelles formes radiophoniques. Philippe Soupault note d’ailleurs à ce propos : « Le grand mystère sonore, qui nous entoure, la radio est capable de l’exploiter, de l’utiliser, de le canaliser, de l’exalter. C’est un monde nouveau que la radio nous permet de conquérir »⁹¹.

Parmi ces expérimentations, le documentaire radiophonique émerge ainsi à la fin de la Seconde guerre mondiale, pour se faire une place uniquement sur la radio de service public, sur l’ORTF puis sur Radio France. Christophe Deleu, dans son ouvrage *Le documentaire radiophonique* (2013), présente le documentaire radiophonique comme un « genre hybride », à la croisée de genres radiophoniques préexistants. Parmi eux : le radioreportage, l’entretien, la chronique, le débat, la lecture de textes, l’émission musicale ou encore le « hörspiel » (que l’on peut traduire par « jeu pour l’oreille » ou « jeu sonore »).

C’est également à compter de la seconde moitié du XX^e siècle que des laboratoires d’exploration et d’expérimentation radiophonique apparaissent. En 1943, Pierre Schaeffer, ingénieur des PTT (Postes, Télégraphes et Téléphones), crée le *Studio d’Essai*, dans l’intention de développer la recherche autour des potentialités de l’art radiophonique. À travers cette instance, il souhaite « concevoir un art radiophonique, un art total, qui recourrait à ces trois affluents sonores que sont le discours (le discours des mots), le discours de la musique, et aussi cette chose nouvelle que sont

⁹⁰ SCHAEFFER, Pierre. *Machines à communiquer*, Le Seuil, 1970, p. 85.

⁹¹ AUTISSIER, Anne-Marie et Emmanuel LAURENTIN. *50 ans de France Culture*, Flammarion, 2013, p. 53.

les bruits »⁹². La musique concrète naît ainsi de ces nombreuses recherches, qui ont par ailleurs permis de le faire évoluer et d'élaborer de nouveaux dispositifs pour la musique à la radio, et plus largement pour l'art radiophonique. En 1946, le *Club d'Essai* succède au *Studio d'Essai* de Pierre Schaeffer. Alors confié à Jean Tardieu, poète et dramaturge, il poursuit le travail sur l'art radiophonique engagé par Pierre Schaeffer, en ouvrant un nouvel espace de création aux artistes et aux intellectuels. Les ambitions de ce programme sont de « [reprendre] l'exploration du domaine sonore initiée par Schaeffer, et se [donner] pour tâche "d'utiliser au maximum le signifiant sonore", jusque-là réservé presque exclusivement à la musique »⁹³.

Quelques décennies plus tard – et tandis que les pratiques d'écoute se voient considérablement modifiées par l'arrivée de la télévision dans les foyers – le réalisateur et producteur de radio mais également cofondateur de France Culture, Alain Trutat, fonde en 1969 l'*Atelier de Création Radiophonique*, avec le soutien de Pierre Schaeffer et de Jean Tardieu. L'émission est créée pour accueillir la recherche sur le son et la création radiophonique, dans l'intention de renouveler les pratiques et de faire du son un « élément de grammaire sonore du réel »⁹⁴. Elle perdure utopiquement jusqu'en 2001. Alain Trutat soulignera d'ailleurs la nécessaire distinction entre la radiodiffusion, c'est-à-dire la radio comme canal de production/transmission de contenus et d'informations, et la radiophonie, la radio comme art radiophonique, pratique artistique issue du médium « radio ».

Cet art radiophonique reste cependant un genre marginalisé et donc peu diffusé en radio. En effet, Christophe Deleu souligne que « l'écoute d'un documentaire suppose qu'on ne fasse que cela »⁹⁵ alors que la radio est un média d'accompagnement avant tout. Yann Paranthoën, fervent défenseur du documentaire sonore et de la création radiophonique, déplore à ce propos : « Les gens n'utilisent pas la bande comme un moyen d'expression, mais comme un support. La radio, ce n'est pas ça ! La

⁹² SCHAEFFER, Pierre. *Propos sur La Coquille*, Éditions Phonurgia nova, 1990, p. 102.

⁹³ TARDIEU, Jean. *On vient chercher Monsieur Jean*, Gallimard, 1990, p.105.

⁹⁴ LEROY, Séverine. *Le documentaire radiophonique : espace de construction d'une mémoire du théâtre ?*, Revue Sciences/Lettres, octobre 2017, n°5.

⁹⁵ DELEU, Christophe. *Les anonymes à la radio. Usages, fonctions et portée de leur parole*, De Boeck, 2006.

radiophonie suppose qu'il y ait un retravail sur les éléments, qu'il y ait une technique de mixage, de montage... C'est assez long »⁹⁶. Sur cette idée, Christophe Deleu définit la démarche du documentaire radiophonique comme « un dispositif à caractère didactique, informatif et (ou) créatif, présentant des documents authentiques, qui suppose l'enregistrement de sons, une sélection de ceux-ci opérée par un travail de montage, leur agencement selon une construction déterminée, leur mise en ondes définitive effectuée par un travail de mixage, selon une réalisation préétablie, dans des conditions qui ne sont pas celles du direct ou du faux direct »⁹⁷. Pierre Chevalier, quant à lui, s'arrête davantage sur l'enregistrement du réel et sur la démarche stylistique, fictionnelle de l'auteur :

« Le documentaire radiophonique n'est pas seulement une transmission du réel, une communication du réel, une information sur le réel souvent liée à l'actuel, mais la production d'un autre réel, un réel différent de la réalité, un réel virtuel. [...] À partir du réel et selon une approche formelle, le documentaire ne fait pas seulement entrer des fonctions sociales dans le réel mais des fonctions de création, voire des fonctions esthétiques. »⁹⁸

Silvain Gire résume ainsi : « Le documentaire est un point de vue sur le réel. Le documentaire radiophonique, c'est pareil mais avec la palette d'expression du son. Il fait place à l'émotion que procure l'écoute : celle d'une voix, d'une ambiance, d'un son »⁹⁹. Le travail de réalisation sonore vient ainsi refléter une image du réel, à travers l'expression d'un point de vue, d'un regard singulier.

Pour illustrer d'exemples ce qu'est le documentaire radiophonique, nous pourrions citer l'émission *Histoires possibles et impossibles*, diffusée entre 1996 et 2006 sur France Inter, qui dresse le portrait de personnages peu connus ou de personnages connus vus sous un angle particulier, d'événements oubliés de l'Histoire, de sujets insolites. Pour créer une atmosphère radiophonique spécifique, l'enregistrement y a

⁹⁶ PARANTHOËN, Yann. *L'œil électrique*, n° 5, février-avril 1999, p. 22.

⁹⁷ DELEU, Christophe. *Le documentaire radiophonique*, L'harmattan, 2013.

⁹⁸ CHEVALIER, Pierre cité dans *Dynamiques contemporaines du documentaire radiophonique* », compte-rendu du séminaire du 31 mai 2008, établi par Joëlle Girard et Christophe Deleu, janvier 2009.

⁹⁹ GALPIN, Guillaume. *Entretien avec Silvain Gire*. « Le documentaire radio fait place à l'émotion », INA – La revue des médias, 11 février 2016.

été privilégié au direct, favorisant un travail technique de création nourri d'une documentation sonore pouvant aller de l'illustration musicale au bruitage. Nous pourrions également mentionner *Les Pieds sur terre* et *LSD : la série documentaire*, deux émissions encore diffusées aujourd'hui, toutes deux sur France Culture. La première, présentée par Sonia Kronlund, présente une « phonothèque des invisibles » – pour reprendre les termes de Christophe Deleu – accueillant la parole de gens ordinaires dits « anonymes ». La seconde décline chaque semaine un thème en quatre documentaires, avec pour ambition de donner un écho au réel. Il est important de préciser que toutes ces émissions relèvent d'une démarche de recherche sonore éminemment artistique. En effet, c'est bel et bien un travail de montage et de mixage sonore qui permet la recomposition voire la transformation du réel enregistré. « Utiliser la radio à des fins artistiques suppose qu'on la considère avant tout et pleinement comme ce qu'elle est techniquement ; une machine à combiner des sons »¹⁰⁰, explique ainsi Lionel Richard dans l'article *De la radio et de l'écriture radiophonique*.

Si la création radiophonique fut importante aux débuts de la radio, l'avènement d'Internet lui offre un nouvel espace de diffusion délinéarisé qui, de fait, lui permet de se déployer en dehors des ondes. Selon Étienne Noiseau, fondateur de Syntone – revue web dédiée à l'art de la radio –, « la radio a connu sa vraie révolution avec la mise en ligne des émissions, l'archivage, le podcasting et l'apparition de contenus dits "radiophoniques" pourtant créés spécifiquement pour le web en-dehors de tout organisme de radiodiffusion traditionnel. La radio n'est (définitivement) plus en direct, elle n'est plus éphémère, elle ne fait plus que passer : elle reste, elle se matérialise, elle devient un objet concret, manipulable »¹⁰¹. Cécile Méadel et Francesca Musiani, dans leur article *La (dé-)synchronisation par le public. Un nouveau format radiophonique* s'interrogent alors : « Sommes-nous en train d'assister à la création du "paysage médiatique le plus imbriqué et redondant de

¹⁰⁰ RICHARD, Lionel. *De la radio et de l'écriture radiophonique*, Semen 2, 1985, p. 106.

¹⁰¹ NOISEAU, Étienne. *Qu'est-ce que la radiophonie aujourd'hui ?*, Syntone, 28 janvier 2011.

l'histoire" (Digital Music News, 2012), ou à l'essor d'un format avec ses spécificités ? »¹⁰².

Tout comme pour la radio, plusieurs mutations technologiques ont permis au podcast natif de devenir un nouveau terrain d'expérimentation sonore ; entre autres : le développement d'Internet, l'apparition des smartphones, la création par Apple d'une application dédiée au podcast. Le mode de diffusion et donc de réception s'est vu transformé par/sur le web. Silvain Gire remarque ainsi que « la posture d'écoute est une posture plus solitaire qu'avec la radio traditionnelle. Le fait de ménager des moments de silence, de calme ou d'ambiance, c'est la place laissée à l'auditeur pour qu'il se fasse son image, pour qu'il investisse ce qu'il entend de son émotion, de son passé, de son parcours »¹⁰³. Ainsi, le podcast devient à son tour un lieu de l'imagination et renouvelle notre rapport au réel, en dévoilant un monde sensible au-delà des images et en racontant un monde uniquement perceptible par l'ouïe.

Pierre Schaeffer écrivait : « La voix humaine n'occupe pas tout l'univers sonore. Il reste le monde à faire entendre, il reste tout ce qui peut être ressenti sans qu'un seul mot soit prononcé, tout ce qui gagne à n'être point nommé. [...] »¹⁰⁴. Pour nouer ce lien intime avec l'auditeur, la voix du narrateur a son importance, tout autant que le travail sur la musique et le design sonore. En créant un véritable univers sonore, cet ensemble sert d'amplificateur aux émotions et aux sensations. Samuel Hirsch, musicien et réalisateur sonore chez Arte Radio, voit ainsi dans l'écriture radiophonique une analogie entre réalisation et composition : « J'essaie de concevoir cela comme un morceau de musique, une petite symphonie avec la voix qui serait le soliste, à laquelle s'ajoutent les ambiances, les bruitages et les

¹⁰² MÉADEL, Cécile et Francesca MUSIANI. *La (dé-)synchronisation par le public. Un nouveau format radiophonique*, Les Enjeux de l'information et de la communication, 2013/2 (n° 14/2), p. 125.

¹⁰³ GIRE, Silvain et Laurent GAGO. *arteradio.com*. « *La radio est un art, pas seulement un transistor* », *entretien avec Silvain Gire*, MediaMorphoses, n°23, juin 2008, p. 137.

¹⁰⁴ SCHAEFFER, Pierre. *Machines à communiquer*, Le Seuil, 1970, p. 85.

musiques. Toutes ces couches se répondent et se superposent pour emmener l'auditeur »¹⁰⁵.

Ainsi, pour Céline Asselot, le podcast est un moyen de « rendre justice au son ». Elle explique au sujet du *Quart d'heure* : « On a fait très attention à ce que ce soit très travaillé en termes sonores. J'imagine cela – et j'espère que c'est ça aussi que les auditeurs ressentent – comme une petite bulle sonore »¹⁰⁶. Il s'agit alors de construire un propos riche pour que l'auditeur puisse s'immerger dans l'actualité. Céline Asselot explique qu'elle « essaie de trouver des manières d'entrer dans l'actualité, d'entrer dans les sons, qui soient différentes ». De son côté, Olivier Minot est un passionné de radio et de son avant tout. Pour lui, l'un des critères essentiels est que la forme sonore soit à la fois recherchée, créative et originale :

« Sur la forme et l'esthétique, [Dépêche] est une forme assez radicale dans le sens où c'est très dense. J'adore le son, la multiplication des couches sonores et des chemins narratifs du son. [Dépêche] est un objet sonore que l'on peut écouter et donc réécouter, comme un film, comme un papier ou autre. L'idée que j'en ai, c'est que si des gens réécoutent les épisodes, c'est que la deuxième écoute ne doit pas être tout à fait la même, c'est-à-dire qu'ils doivent entendre des choses sur la deuxième écoute qu'ils ne doivent pas avoir entendu sur la première. »

À travers Arte Radio, Silvain Gire ambitionne de « reconsidérer la radio comme un art, au même titre que la poésie, le cinéma ou la musique. Cet art s'exprime en soignant l'enregistrement, le montage et le mixage ; il s'appuie sur la seule force d'évocation des voix et des sons »¹⁰⁷. Au-delà du contenu journalistique, le podcast est ainsi amené à être pensé en tant que création sonore, relevant d'un travail et d'une écriture du son :

« Ce qui m'intéresse en général, c'est le dialogue entre une voix et un son. Le son est fondamental. C'est l'environnement de la personne, son réel, ce dans quoi elle vit. Le son a autant de choses à dire qu'une voix. Nous demandons toujours

¹⁰⁵ HIRSCH, Samuel. Communication présentée lors de la conférence « Les dessous de la "mise en ondes" », Rencontres du documentaire et de la création radiophonique, Festival Longueur d'ondes, Brest, 30 janvier au 4 février 2018.

¹⁰⁶ Citation issue de l'entretien mené auprès de Céline Asselot – Annexe 5.

¹⁰⁷ GIRE, Silvain et Laurent GAGO. *arteradio.com*. « La radio est un art, pas seulement un transistor », entretien avec Silvain Gire, MediaMorphoses, n°23, juin 2008, p. 135.

plus d'ambiances et de sons seuls à nos réalisateurs. Ce son, cette ambiance, ces silences, c'est aussi la place de l'auditeur. C'est la possibilité qui est laissée à l'auditeur de contredire, de savourer, de comprendre ce que raconte la voix. »¹⁰⁸

Ainsi, un soin particulier est prêté à la réalisation sonore des deux podcasts d'actualité. Notons que l'habillage sonore et le mixage sont confiés à un réalisateur pour le podcast de Radio France. Du côté du podcast produit Arte Radio, Olivier Minot développe une démarche davantage solitaire, puisqu'il fait lui-même la prise de son, le montage et la réalisation, avant de confier à Charlie Marcelet le mixage sonore – principalement pour égaliser les sons. Dans les deux cas, les podcasts font ainsi l'objet en amont d'un travail d'écriture sonore qui permet une mise en forme esthétique de la narration journalistique. En travaillant les formes et la dimension esthétique du podcast, le journaliste et le réalisateur entrent en effet tant dans un processus créatif que dans une démarche artistique qui permettent la création d'objets culturels.

L'espace sonore offert fait la spécificité discursive du podcast : la parole est intriquée avec de la musique, des sons, des bruitages, des extraits sonores d'interviews (téléphoniques parfois). Mis en scène et organisés grâce au montage (qui permet par ailleurs de délinéariser le propos), ces éléments sonores participent à l'écriture du podcast. Nous pouvons souligner que les programmes sont portés par des compositions originales. Véritable marqueur d'éitorialité, *Le Quart d'heure* comme *Dépêche* sont ainsi identifiables par un jingle musical introductif des virgules sonores qui reprennent les codes de la radio traditionnelle. On peut également entendre « Arte Radio » à la fin de chaque épisode de *Dépêche*, renforçant l'identité de l'entité productrice. La recherche sonore passe également par une parure sonore, un habillage sonore, qui permet de dynamiser le récit et de capter et captiver l'auditeur. Des bruitages tels que celui des pages de journaux que l'on tourne, que l'on découpe dans *Dépêche* proposent une véritable immersion dans la revue de presse. Des sons et extraits de séries, de films, de la musique ou autres sons tirés de l'actualité permettent d'illustrer les différents sujets. Le son participe à la critique médiatique incisive chez Olivier Minot à travers des montages sonores créant un comique de

¹⁰⁸ BOLLET, Sacha. *ARTE Radio : le documentaire sonore selon Silvain Gire*, Le blog documentaire, 20 mai 2014.

répétition ou des parodies et détournements. Le rôle du son peut ainsi aller de la simple illustration du discours, ou être davantage théâtralisé, se construisant alors en décalage pour créer une atmosphère singulière. Lionel Richard établit ainsi un parallèle entre le travail du metteur en scène et celui du « metteur en ondes » : « Mettre en ondes, qui relève du travail du réalisateur, est comparable à mettre en scène ou en images »¹⁰⁹. Les œuvres sonores créées naissent de ce vide visuel et usent de la matière sonore dans le dessein de déployer un imaginaire et une projection mentale, qui fait la force de la narration sonore. En ce sens, le podcast s'apparente en définitive à un « cinéma pour l'oreille », pour emprunter l'expression au titre du film de Walter Ruttmann.

Finalement, « les créations sonores et le récit ont davantage leur place sur le net qu'à la radio », affirme Silvain Gire. Le podcast d'actualité se libérant des contraintes d'une diffusion linéaire et des codes institués de la radio, les expérimentations narratives y sont plus nombreuses et explorent un nouveau terrain d'expression, celui d'un journalisme narratif où le son et la création sonore priment. Pour Radio France et Arte Radio, ces podcasts pourraient être constitutifs des nouveaux laboratoires d'écritures sonores et d'initiatives artistiques, réaffirmant la spécificité du service public en matière de création radiophonique.

¹⁰⁹ RICHARD, Lionel. *De la radio et de l'écriture radiophonique*, Semen 2, 1985, p. 106.

3. Une mise en scène journalistique

« *Le journaliste aujourd'hui est comme un musicien ou un artiste, il connaît la précarité au cœur d'une économie vacillante.* »

COSTANZA SPINA, 2021

Si le podcast d'actualité interroge l'écriture de l'information en termes sonores, il confère par ailleurs au journaliste le rôle de « conteur des temps modernes ». L'affirmation d'un « je » radiophonique participe à la mise en avant de la personnalité du journaliste, une posture qui va de pair avec une subjectivité assumée. Cette incarnation du podcast par son hôte ouvre par ailleurs un questionnement plus large sur les évolutions des pratiques journalistiques et du rôle du journaliste lui-même dans un paysage médiatique mouvant.

3.1. Le « je » radiophonique : une personnification du podcast d'actualité

Les podcasts que composent notre corpus emploient tous les deux la première personne du singulier « je ». L'utilisation de ce pronom personnel sujet permet au journaliste d'incarner les récits qu'il expose et ainsi de se présenter en tant qu'individu, plutôt qu'à travers son statut de journaliste. La voix n'est alors plus seulement commentaire, mais devient également récit personnel. Selon le CNRTL, *incarner quelque chose* signifie « représenter (une notion abstraite) sous une forme matérielle et visible »¹¹⁰. Dans *Le Quart d'heure* tout comme dans *Dépêche*, ce « je » est utilisé dès l'introduction par le journaliste hôte. À chaque épisode peut-on ainsi entendre « Bienvenue, je suis Céline Asselot et c'est parti pour *Le Quart d'heure* » ou « Salut, c'est Livo et je découpe les journaux avec mon micro ». Silvain Gire souligne que « la présence forte du je crédibilise l'enjeu, rend [le journaliste] humain et intéressant »¹¹¹.

¹¹⁰ Définition de « incarner », CNRTL [en ligne].

¹¹¹ GIRE, Silvain cité par Clément BAUDET. *Quelles histoires nous raconte le storytelling ?*, Syntone, 4 juin 2015.

Également, la voix portant le récit est incarnée : la voix que l'on entend est bien celle du journaliste. Cette « voix-je »¹¹², pour emprunter le terme à Antony Fiant, est autant liée au nom du journaliste qu'à son expérience personnelle. Le « je » qui s'exprime correspond alors à la « personne à la voix », participant à une double incarnation du podcast. Le journaliste présentateur n'est alors plus interchangeable et incarne matériellement son programme.

À ce titre, nous pouvons remarquer la proximité entre le podcast d'actualité et la revue de presse radiophonique dont « la spécificité [...] consiste à rapporter les propos d'autrui et, en même temps, à s'affirmer comme voix et comme énonciateur. Le journaliste est constamment tendu entre deux impératifs : faire entendre mille voix et faire entendre (un peu) la sienne »¹¹³. La finalité commune est alors la transmission d'informations déterminée par un enjeu de crédibilité. Le sujet journaliste est tenu, en tant qu'énonciateur, de rapporter les faits d'actualité le plus précisément possible. Par ailleurs, en revendiquant une forme de subjectivité – par le partage de son vécu, d'une anecdote personnelle par exemple – il peut faire disparaître la prétendue objectivité journalistique qui lui incombe, et alors instaurer une certaine proximité avec l'auditeur.

En revenant à notre objet d'étude, dans *Dépêche*, peut-on ainsi par exemple entendre Olivier Minot énoncer « moi, la semaine dernière, j'étais en vacances », « je me suis bien déconnecté de la rumeur médiatique »¹¹⁴, ou encore Céline Asselot dans le *Quart d'heure* : « moi, c'est une habitude que j'ai complètement perdue »¹¹⁵. En se plaçant au niveau de l'auditeur et en leur narrant des anecdotes du quotidien, ils se détachent alors de la représentation du journaliste omniscient. Le pronom tonique « moi », utilisé le plus communément à l'oral, renforce de fait l'expression de la subjectivité. L'emploi de ce langage oralisé, de ce ton spontané les place aux antipodes du journaliste au ton artificiel et formaté. Michael Barbaro souligne à ce titre : « When you're

¹¹² FIANT, Antony. *Entre subjectivité et narration : la voix-off dans quelques documentaires français contemporains*, Cahiers de Narratologie, n°20, 2011.

¹¹³ CLAQUIN, Françoise. *La revue de presse : un art du montage*, Langage et société, n°64, 1993, p. 67.

¹¹⁴ *Dépêche*, épisode « Couvre-fête – Reconfinement en bande organisée », 28 octobre 2020.

¹¹⁵ *Le Quart d'heure*, épisode « La drague avant 21h, Salto vs Netflix et un désaccord sur la lutte contre l'islam radical », 20 octobre 2020.

transforming a story, and making it human, and generating all the intimacy of sound and letting someone really hear a journalist grappling with a story ; you have a different relationship with that journalist, you bond them changes, your understanding of their mind changes »¹¹⁶.

Au-delà de raconter des anecdotes de vie d'ordinaire « non communicables »¹¹⁷, le podcast devient pour le narrateur un espace d'expression de soi, qui suggère d'autant plus le caractère intime de la narration. Toutefois, nous pourrions voir un caractère paradoxal dans ce dévoilement de l'intime. En effet, le psychiatre Serge Tisseron établit une distinction entre les notions d'intime et d'intimité :

« L'intime, qu'on appelle aussi parfois "l'intériorité", est ce que l'on ne partage avec personne, et qui est même parfois inconnu de soi-même parce qu'encore trop confus et trop peu clair. L'intimité, en revanche, est ce qui a suffisamment pris forme pour chacun d'entre nous pour être formulé explicitement, et mis en scène ou en récit en connaissance de cause. »¹¹⁸

Partager le récit de l'intimité renverrait donc bien davantage au concept d'« extimité » tel que développé par Serge Tisseron, qu'il décrit comme « le mouvement qui pousse chacun à mettre en avant une partie de sa vie intime, autant physique que psychique. Il consiste dans le désir de communiquer sur son monde intérieur »¹¹⁹.

La filiation entre la radio et le podcast se manifeste par le lien indéfectible qui existe entre les deux médias : une absence de l'image pour une omniprésence du son. L'ouïe se voit alors être le sens mobilisé. Si l'écoute et l'ouïe ne sont pas par essence liées à l'intime, la *voix* permet d'ouvrir une fenêtre sur l'intériorité et l'intimité d'un individu. La création d'un espace sonore intime est d'autant plus plausible que le propre de la voix radiophonique est son caractère « acousmatique », c'est-à-dire sans

¹¹⁶ BARBARO, Michael. *This podcast wants to change your relationship to the news*, YouTube, publié par PBS NewsHour, 29 mars 2018, https://www.youtube.com/watch?v=r_sPTgfYqMU&t=156s

¹¹⁷ Définition de « intime », CNRTL [en ligne].

¹¹⁸ TISSERON, Serge. « Intimité, extimité, dans un monde hyper connecté », dans *Intimités en danger ?* sous la direction de Muriel Flis-Trèves et René Frydman, Presses Universitaires de France, 2019, p. 178.

¹¹⁹ TISSERON, Serge. *L'intimité surexposée*, 2001.

que nous sachions quelle en est la source. « Ainsi, privé de son corps, de ses gestes et de ses mimiques, l'animateur ne dispose que de sa prose et de sa prosodie pour établir le contact avec l'auditeur »¹²⁰. La voix permet par ailleurs de « révéler tout un monde intérieur. La voix [...] est donc bien une image sonore de nous-même, image peu retouchable, avec laquelle on ne peut tricher »¹²¹. David Le Breton parle d'une ouverture vers l'intériorité de l'individu : « Elle accomplit le passage entre intériorité et extériorité, entre dedans et dehors, toujours à la fois séparation et tentative de rejoindre l'autre en colmatant l'espace par le son et le langage »¹²². Silvain Gire résume ainsi « La voix personnelle rapproche de la voix « podcast » : je prends le micro, je parle, je me raconte ». L'emploi de la première personne doublé de la voix personnelle du journaliste crée finalement un double niveau d'incarnation : au-delà d'être au premier plan sonore, le journaliste guide et structure le récit. Thomas Biasci souligne ainsi que « *le fait que Céline Asselot parle d'elle à la première personne est un peu une révolution copernicienne pour un journaliste français ou une journaliste radio notamment. Les voix de radio très travaillées, standardisées, la diction, etc. sont des contraintes dont il faut s'extraire s'ils veulent faire quelque chose de nouveau, s'ils veulent aller chercher un public habitué à des formes de communication de l'information plus directes* ».

Dans *Dépêche* comme dans *Le Quart d'heure*, les journalistes agissent en quelque sorte comme les « maîtres de cérémonie » des podcasts qu'ils présentent, en mettant en scène des récits personnels et incarnés de l'actualité. L'exemple d'Olivier Minot est à ce titre le plus parlant. En effet, bien plus qu'un narrateur, il est un personnage au service de son podcast. À travers les épisodes, Livo – Oliv' en inversant les syllabes –, qui n'est autre que l'alias personnifiée d'Olivier Minot, appréhende le monde à la première personne, ce qui lui permet d'abolir les distances dans l'adresse. *Via* ce personnage, il réalise une exploration journalistique qu'il semble vivre comme une expérience de vie, où il pioche ainsi dans le réel pour remettre de l'humain dans l'actualité ou encore, essaie d'avoir « *un regard oblique*

¹²⁰ SMATI, Nozha et Anne-Caroline FIEVET. *À la radio, la voix donne à écouter et à voir*, INA – La revue des médias, 4 décembre 2017.

¹²¹ KONOPCZYNSKI, Gabrielle. « Les enjeux de la voix », dans *Au commencement était la voix*, sous la direction de Marie-France Castarède, Érès, 2005, p. 40.

¹²² LE BRETON, David. *Éclats de voix. Une anthropologie des voix*, Éditions Métailié, 2011, p. 15.

sur l'actualité à travers le détournement ». En partant de ce que racontent la presse et les médias, Livo y confronte sa vision personnelle et celle du terrain, en réalisant de brefs micro-trottoirs pour capter les voix d'anonymes réagissant à l'actualité présentée. Sur la question d'absence de l'image, il est par ailleurs intéressant de noter qu'aucune photographie d'Olivier Minot ne figure sur Google Images. Même lors des Goûter d'écoute rediffusés en ligne, il apparaît avec des lunettes de soleil et masqué, comme le lui fait remarquer systématiquement Silvain Gire. Olivier Minot – et son alter ego Livo – existent sur le web *uniquement en sons*. Dans le podcast Dépêche, ce « masque » permet toutefois une forme d'authenticité et est l'occasion de confidences.

Plus tôt, nous avons pu rapprocher la pratique de l'écoute de podcast à celle de la lecture d'un livre. Nous avons également pu qualifier le podcast d'écriture, de narration ou encore de récit sonore. Cette forme de créativité journalistique relèverait ainsi d'une certaine manière davantage d'une démarche d'auteur. L'idée de former des auteurs de radio est d'ailleurs l'ambition initiale d'Arte Radio. « Chaque objet d'Arte Radio, chaque son, chaque émission, chaque programme est quelque chose d'assez original, auquel on a consacré du temps en prise de son, en montage et en mixage. À chaque fois, il y a un auteur qui s'en empare et qui réalise son projet »¹²³, explique Silvain Gire. Le récit à la première personne, témoin d'une expérience personnelle, rappelle ainsi plusieurs genres littéraires tels que l'autobiographie ou l'autofiction, des formes d'écriture de soi que l'on pourrait également qualifier d'écriture de l'intime. Silvain Gire précise que « *dans tous les arts, que ce soit dans le documentaire, dans la bande dessinée, dans le roman, dans ce qu'on appelle l'autofiction, dans ce qu'on appelle la non-fiction, il y a une place laissée au "je" et à des formes plus littéraires, plus travaillées* ». Le podcast est donc issu d'une démarche d'écriture propre où l'intimité du journaliste peut s'exprimer. Pour être davantage pragmatique, il est par ailleurs important de préciser que les réalisateurs de podcasts touchent des droits d'auteurs – par le biais de la SACD (Société des Auteurs et Compositeurs Dramatiques) ou de la SCAM (Société Civile

¹²³ BASILLE, Samia. *Silvain Gire : « Arte Radio, c'est une expérience plus que de l'information »*, Radiotips, le magazine du podcast, 23 janvier 2018.

des Auteurs Multimédias) – tant pour la création d'œuvres documentaires que d'œuvres fictionnelles. Ils sont ainsi reconnus sous le statut d'auteur.

Par ailleurs, la personnalité-même du journaliste a une importance prépondérante. En effet, elle détermine la viabilité du projet : c'est l'attachement pour la personne qui permet de créer une habitude d'écoute (qu'elle soit hebdomadaire ou quotidienne) et donc la fidélité de l'auditeur-ice. Pour incarner le podcast, le journaliste hôte doit pouvoir être immédiatement identifiable et associé au podcast. Ainsi, en revenant sur le développement du *Quart d'heure*, Thomas Biasci présente l'une des interrogations qui s'est posée : comment faire transparaître une personnalité qui n'ait pas de couleur de chaîne ? Et la volonté qui s'est dessinée au fil de la conception du podcast :

« On s'est retrouvés sur le fait qu'il fallait une forte incarnation donc vraiment une voix qui porte le podcast et qui soit là, au rendez-vous, qui soit la voix du podcast, la façon dont on s'en souvient, la personnalité. [...] On a fait plein de prototypes, de maquettes avec beaucoup de personnes différentes et finalement, celui qu'on a fait avec Céline Asselot est bien tombé. Elle avait directement le bon ton, elle a vite compris le truc et donc c'est tombé sur elle. »

Également, lorsque Olivier Minot a exposé son projet d'une revue de presse à Silvain Gire, il a revendiqué qu'il s'agissait d'« *une revue de presse à [sa] façon* ». Pour l'anecdote, l'attache autour du personnage de Livo est telle qu'il reçoit des cartes postales estivales de la part de sa *fan base*.

Par ailleurs, cette mise en scène du journaliste passe littéralement par des goûters d'écoute, organisés le premier dimanche de chaque mois à la Maison de la Poésie à Paris. Entre chaque écoute de podcast ou d'extrait de podcast, un échange entre Silvain Gire et l'auteur-ice se tient, où il-elle explique sa démarche et répond aux questions de Silvain Gire et des auditeurs-ices. Bien plus qu'une mise en scène physique, il s'agit de « voir la voix », c'est-à-dire sortir le journaliste de son anonymat et de mettre en avant sa personnalité. Cette performance de soi peut également passer par les réseaux sociaux, notamment Twitter, où le présentateur du podcast s'exprime à chaque nouvel épisode diffusé et revendique d'autant plus une subjectivité assumée.

Finalement, ces deux podcasts font état d'une production d'un soi journalistique. Si la personnalité du présentateur est nécessaire, faire porter sur elle tout le poids de la création peut poser une double inquiétude tant au niveau de la pérennité du format que de la précarisation du secteur. En effet, le fait que certains podcasts soient autant liés à une personne, sa narration et son écriture sonore, finalement à un·e auteur·ice, interroge la possible poursuite du programme en l'absence de son créateur. Lors des entretiens menés, nous avons ainsi pu apprendre que le podcast *Dépêche* allait prendre une pause entre juillet 2021 et janvier 2022, car le rythme de production hebdomadaire fatigue son créateur, qui souhaite libérer du temps pour expérimenter autrement l'art radiophonique. Il reviendra cependant de janvier à juin 2022 afin de couvrir les élections présidentielles. Pour ce qui est du *Quart d'heure*, en l'absence de Céline Asselot – congés obligent – elle est régulièrement remplacée par Laetitia Bernard et une équipe B, telle que surnommée par l'équipe de la rédaction du podcast.

Cette mise en scène d'un soi journalistique marque en creux l'évolution de la posture et du rôle du journaliste au sein des rédactions françaises et du paysage médiatique mouvant, mais également au sein de la société, notamment dans un contexte de défiance vis-à-vis des médias.

3.2. Vers un nouveau paradigme journalistique ?

Dans une démarche davantage prospective et afin de présenter la partition vierge des futurs possibles pour ce format médiatique, cette dernière sous-partie invite à repositionner le podcast d'actualité – et par extension le journaliste qui le présente – dans le paysage médiatique, afin de présenter les enjeux de pouvoirs qui gravitent autour de ce média et de ses acteurs.

« Ce retour du narratif dans l'écriture journalistique [...] apparaît comme une alternative à l'accélération de l'information et la réduction d'articles aussi vite écrits que lus, mais aussi comme une véritable forme de survie, par une réinvention des fondamentaux d'un métier journalistiques en crise profonde, face à l'émergence des nouveaux médias et aux illusions du journalisme citoyen. »¹²⁴

Noyée dans un océan de contenus informationnels numériques, la production d'un journalisme « de qualité » se voit menacée par les algorithmes favorisant les rumeurs et les informations erronées. Le podcast d'actualité agirait en ce sens en qualité de rempart, offrant aux journalistes une liberté créatrice et la possibilité d'exploiter les nombreuses ressources du format pour mettre en récit l'information. Ce dévoilement de l'intimité permis par le récit est gage d'une transparence journalistique ; pratique qui s'affiche de plus en plus dans les rédactions du fait des connotations morales positives auxquelles elle est associée : droiture, honnêteté ou encore ouverture. À l'objectivité fantasmée du journaliste se substitue ainsi le concept de transparence : « La transparence libère le journaliste du stress lié à l'idéal impossible à atteindre qu'est l'objectivité »¹²⁵. Nathalie Pignard-Cheynel analyse : « Le web a apporté tout une culture de la transparence qui a mis un peu de temps à se traduire dans les médias. À côté du canal officiel, les rédactions ont compris qu'elles pouvaient développer une activité plus conversationnelle, plus informelle, plus incarnée aussi »¹²⁶. Ce nouvel espace offert, à travers le podcast d'actualité notamment,

¹²⁴ LITS, Marc. *Quel futur pour le récit médiatique ?*, Questions de communication, n°21, 2012, p. 45.

¹²⁵ FRANCŒUR, Chantal, *Les journalistes, des super citoyens qui s'abstiennent ?*, Éthique publique, vol. 15, n° 1, 2013.

¹²⁶ BLANCHARD, François. *Transparence, les médias brisent la glace*. Les Clés de la presse, n°53, 2020.

permet en filigrane d'accéder à une connaissance plus sensible de notre société en mettant en lumière des sujets invisibilisés par les médias traditionnels.

Par ailleurs, l'économie naissante du podcast, passant dans un premier temps par l'apparition des studios de podcast puis par la plateformes croissante de l'offre de podcasts, met à mal la diversité des formes narratives. En participant à la mise en forme du contenu sonore, les studios et plateformes deviendraient, aux côtés des réalisateurs de podcasts, une instance co-créatrice. Au sujet des studios, Silvain Gire indique alors :

« C'était cette liberté, cette abolition du format qui nous a plu. Il se trouve que, depuis l'apparition des studios de podcasts, tout cela s'est quand même un peu normalisé dans des formes. On s'aperçoit que le public plébiscite au contraire le retour du même format, il faut la même matrice, la même édition, le même générique toutes les semaines, etc. On en a pris acte et on a proposé plus d'émissions régulières qui ont un succès comme Un podcast à soi, Dépêche ou Vivons heureux avant la fin du monde. Cela se renouvelle constamment. »

De même, les plateformes audio ne sont pas neutres. Leur modèle économique repose sur le temps d'attention qu'elles réussissent à capter, une conception qui se veut plutôt antinomique de l'ambition du podcast d'actualité de s'extraire de la frénésie informationnelle. Structurer la production de podcast signifie pour ces plateformes qu'elles se mettent à déployer une démarche de standardisation de l'offre qui corresponde à leur algorithme de recommandation, et qui privilégierait par conséquent la culture du divertissement au détriment d'une culture sonore. Le podcast étant par définition un format ouvert et accessible à tous, mais également gratuit, semble également contraire au modèle économique de catalogues payants que promeuvent les plateformes audio.

Or, n'est-ce pas en échappant à la rigidité formelle de la radio que le podcast réinvente l'écriture sonore de l'information ? Ou est-ce seulement renforcer le mythe de la supériorité des programmes de stock ? Cette deuxième solution semble correspondre à la conception que défend le chercheur David Christoffel, selon laquelle il y aurait un risque d'idéalisation du podcast en tant que programme de stock par rapport à la radio de flux :

« On semble quelquefois considérer que le dualisme entre le flux et le stock est superposable avec celui entre l'industrie et le domaine de la création. De sorte que la dissociation entre deux modes de diffusion qui structurait les débats sur la radio numérique au début des années 2000, deviendrait un système de valeurs qui opposerait, à travers ces modes, une bonne et une mauvaise manière de faire de la radio. [...] Il faut donc commencer par couper court à l'illusion qui consiste à penser que le stock distribue des espaces éditoriaux sémiotiquement plus favorables à des contenus valeureux ou qu'il est spécifiquement lieu d'élaboration. [...] Au lieu de disqualifier le flux, nous pourrions envisager que la délinéarisation le requalifie. »¹²⁷

Ces modes de narration, de mise en récit sonore qui se développent en podcast seraient finalement le résultat d'un changement de paradigme qui affecterait l'écriture sonore de l'actualité. En effet, « cela mettrait en exergue une croyance largement techniciste dans notre société selon laquelle le mode de diffusion affecterait forcément les formats et contenus éditoriaux. Signe aussi qu'on se heurte bien souvent à la compréhension des métamorphoses médiatiques actuelles, tant "les frontières de la radio n'ont jamais été aussi floues et mouvantes" »¹²⁸. Le journaliste Ziad Maalouf explique ainsi : « Ceux qui pensent qu'on peut continuer à faire de la radio de la même façon se trompent et ceux qui pensent que le podcast n'est pas de la radio se trompent aussi »¹²⁹. Ici, il fait référence au slogan affirmé du Paris Podcast Festival « C'est pas de la radio, c'est du podcast ».

La réflexion sur les podcasts semble dès lors entretenue par ses acteurs, ce sur quoi alerte Sébastien Poulain :

« Les industriels, les stations de radio, les publicitaires et autres thuriféraires des bienfaits des postradiomorphoses risquent de continuer à utiliser le marketing et l'imaginaire technologique comme ressource symbolique, argumentative et réflexive pour fabriquer du rêve et de la demande radiophonique. »¹³⁰

¹²⁷ CHRISTOFFEL, David. *Utopies délinéaires; Illusions économiques et potentiels poétiques de la radio en interface*, RadioMorphoses, n°2, 2017

¹²⁸ CHRISTOFFEL, David. *ibid.*

¹²⁹ MAALOUF, Ziad cité par Audrey COUPPÉ de KERMADEC. *Podcast, le média de l'émancipation*, korii – Slate, 19 avril 2019.

¹³⁰ POULAIN, Sébastien. *Les postradiomorphoses : enjeux et limites de l'appropriation des nouvelles technologies radiophoniques*, RadioMorphoses, n°2, 2017.

Il qualifie ainsi les évolutions liées à la radiophonie de « postradiomorphoses », terme qu’il entend comme « les radios usant des nouvelles technologies de l’information et de la communication (NTIC) en période de “transition médiatique” (mutation générale des médias en termes de production, distribution et réception) ». En effet, Alexandra Yeh et François Fluhr soulignent dans un article pour MétaMédia que « l’émergence d’un nouveau format culturel va bien souvent de pair avec la construction d’un champ réflexif de la critique et de la recommandation qui lui est propre. [...] Le podcast justement n’échappe pas à la règle, et la poussée de croissance qu’il a connue ces deux dernières années s’est naturellement accompagnée de la naissance d’un registre critique autour de ce format »¹³¹.

Silvain Gire comme Olivier Minot s’accordent à dire que la parole médiatique autour des podcasts monopolise un discours différenciant qui s’auto-alimente, dans une logique certaine de positionnement émancipée des ondes hertziennes, justifiant la constitution d’un marché propre du podcast :

- « *Le nombre de papiers qu’il y a eu dans Le Monde, Télérama, Libération,... toute la presse sur le podcast, par rapport à ce que ces mêmes journaux peuvent produire comme papiers sur la radio, c’est complètement disproportionné en considérant l’audience que peut faire la radio. Je pense qu’il y a aussi un truc très grossi, très grossissant. Il y a tout un storytelling qui a été beaucoup propulsé par la communication de Binge, du Paris Podcast Festival avec “c’est pas de la radio, c’est du podcast”, ou encore “c’est la révolution”, “maintenant on peut prendre le temps pour faire des entretiens et raconter des histoires”* » ;
- « *Ce qui intéresse [la presse], c’est la start up, c’est le côté start up du podcast : une révolution, une nouvelle économie, des placements publicitaires, des marques, tout cela c’est leur univers. Mais, si vous leur parlez de son, d’écoute, de radio, d’esthétique et surtout du fait que cela vienne d’un service public, c’est terrible pour eux* ».

¹³¹ YEH, Alexandra et François FLUHR. *Le podcast sortira-t-il de la niche ?*, MétaMédia, 10 juillet 2018.

Dans un environnement médiatique en transition, le podcast semble n'être qu'à ses prémises, tant son exploitation économique est récente et balbutiante. Si l'impact de la technique sur le contenu est à relativiser, afin d'éviter le travers d'une opposition duale entre le podcast natif et la radio hertzienne, l'évolution des modes de distribution du podcast laissent à croire qu'une évolution des contours de la création en podcast est en cours, ce qui impliquerait alors de réfléchir les contenus radiophoniques en fonction des usages multimédias existants, à venir ou imaginaires.

Conclusion

« À la radio restera la transmission du verbe. »

PIERRE SCHAEFFER, 1950

Ce mémoire a porté sur l'étude des podcasts d'actualité en tant qu'espace de création radiophonique et nous a permis d'interroger ce qu'Internet a « révolutionné » dans la production d'une nouvelle narration de l'information. Ainsi, nous avons souhaité apporter des éléments de réponses à la problématique suivante : Comment les podcasts d'actualité, en tant qu'espaces de création radiophonique, permettent-ils aux journalistes de façonner une nouvelle narration de l'information ? Nous sommes ainsi partis de trois postulats afin de guider notre réflexion :

- **1** – Le podcast d'actualité offre un nouveau tempo à l'information, ce qui permet aux journalistes de s'extraire de l'hyperprésent et, par conséquent, un renouvellement de l'économie de l'attention et de l'écoute ;
- **2** – Le podcast d'actualité ouvre des perspectives nouvelles dans l'écriture radiophonique, offrant aux journalistes un champ de créativité dans l'univers sonore ;
- **3** – La mise en scène du journaliste participe à une personnification du podcast d'actualité.

Dans un premier temps, nous avons mené une réflexion sur la temporalité mise en œuvre dans le podcast d'actualité pour comprendre son ancrage dans l'écosystème médiatique. Dans un contexte relatif de surcharge informationnelle et d'immédiateté de l'information, nous avons tenté d'inscrire le podcast d'actualité dans le courant du *slow journalism*, qui aspire à considérer l'actualité sous un prisme différent. Si nous pouvons admettre que la production des podcasts d'actualité s'inscrit dans une temporalité plus lente, sa diffusion connaît un *accelerando*. En s'éloignant quelque peu d'une hyperproductivité informationnelle, le modèle économique qui se structure autour des plateformes audio pourrait alors avoir des conséquences sur l'attention et les pratiques d'écoutes.

Dans un second temps, nous avons interrogé l'évolution du processus de création radiophonique visant à « mettre en ondes » l'information. Nous avons pu déterminer que l'intentionnalité narrative des podcasts d'actualités se manifestait par une imbrication entre un récit personnel de l'actualité et son écriture sonore. La fusion du journalisme narratif anglo-saxon à l'exploitation des ressorts créatifs et pouvoirs de suggestion du son font du podcast d'actualité un objet sonore hybride.

Finalement, nous avons mis en exergue que le podcast d'actualité offrait aux journalistes un espace d'expression pour la mise en scène d'un soi journalistique. L'évolution des modes de consommation et des logiques d'écoute du podcast entraînent un renouveau de l'imaginaire de l'adresse. L'enjeu d'incarnation permis par une narration personnelle nous apparaît alors structurant pour la personnalisation du podcast d'actualité. Le journaliste a en effet toute son importance dans la narration de l'information et apporte un point de vue, un ton, une expérience de vie.

Pour aller plus loin, nous pourrions interroger un autre format qui se développe au sein des rédactions en parallèle du podcast d'actualité : la newsletter d'actualité. Au fil de ce mémoire, nous avons en effet pu établir de nombreuses passerelles entre ces deux formats médiatiques. Tout comme le podcast, la newsletter se présente comme une réponse à la surcharge informationnelle en se plaçant en marge des flux continus d'information. Par ailleurs, la newsletter prône une écriture plus créative de l'information où la personnalité du journaliste prend une place particulière.

Références bibliographiques

ABEL, Jessica. *Out on the Wire: the Storytelling Secrets of the New Masters of Radio*, Crown, 2015.

ARON, Patrice et Catherine PETIT. *L'info, nerf de la guerre*, Le Monde informatique, n° 731, 29 août 1997.

ATTALI, Jacques. *Histoire des médias. Des signaux de fumée aux réseaux sociaux, et après*, Fayard, 2021.

AUTISSIER, Anne-Marie et Emmanuel LAURENTIN. *50 ans de France Culture*, Flammarion, 2013.

BALLE, Francis. *Introduction aux médias*, Presses universitaires de France, 1995.

BOUTON, Rémi. *Podcast : le grand retour du son*, Nectart, 2020/1, n° 10.

boyd, danah. *Streams of Content, Limited Attention: The Flow of Information through Social Media*. Communication présentée lors de la conférence « Web 2.0 Expo », New York, 17 novembre 2009.

CARLSON, Christopher N. *Information overload, retrieval strategies and Internet user empowerment*. Communication présentée lors de la conférence « The Good, the Bad and the Irrelevant: The User and the Future of Information and Communication Theories », University of Art and Design, Helsinki, 3-5 septembre 2003.

CHRISTOFFEL, David. *Utopies délinéaires; Illusions économiques et potentiels poétiques de la radio en interface*, RadioMorphoses, n°2, 2017

CLAQUIN, Françoise. *La revue de presse : un art du montage*, Langage et société, n°64, 1993.

DELEU, Christophe. *Les anonymes à la radio. Usages, fonctions et portée de leur parole*, De Boeck, 2006.

DELEU, Christophe. *Le documentaire radiophonique*, L'harmattan, 2013.

DELEU, Christophe. *Y a-t-il une spécificité du service public en matière radiophonique ?*, Les Enjeux de l'information et de la communication, vol. 14/2, n°2, 2013.

DELPORTE, Christian. *Quand l'info devient instantanée*, La revue des médias, 20 octobre 2016.

FIANT, Antony. *Entre subjectivité et narration : la voix-off dans quelques documentaires français contemporains*, Cahiers de Narratologie, n°20, 2011.

FINCHELSTEIN, Gilles et Matthieu PIGASSE. *Le monde d'après. Une crise sans précédent*, Plon, 2009.

FRANCŒUR, Chantal, *Les journalistes, des super citoyens qui s'abstiennent ?*, Éthique publique, vol. 15, n° 1, 2013.

GIRE, Silvain et Laurent GAGO. *arteradio.com*. « *La radio est un art, pas seulement un transistor* », *entretien avec Silvain Gire*, MediaMorphoses, n°23, juin 2008.

HAMMERSLEY, Ben. *Audible revolution*, The Guardian, 12 février 2004.

KONOPCZYNSKI, Gabrielle. « Les enjeux de la voix », dans *Au commencement était la voix*, sous la direction de Marie-France Castarède, Érès, 2005.

LALLEMAND, Alain. *Journalisme narratif en pratique*, De Boeck, 2011.

LE BRETON, David. *Éclats de voix. Une anthropologie des voix*, Éditions Métailié, 2011.

LEROY, Séverine. *Le documentaire radiophonique : espace de construction d'une mémoire du théâtre ?*, Revue Sciences/Lettres, octobre 2017, n°5.

LITS, Marc. *Quel futur pour le récit médiatique ?*, Questions de communication, n°21, 2012.

MARION, Philippe. *Narratologie médiatique et médiagenie des récits*, Recherches en communication, 1997, n°7.

MASSON, Blandine. *Mettre en ondes : la fiction radiophonique*, Actes Sud, 2021.

MÉADEL, Cécile, et Francesca MUSIANI. *La (dé-)synchronisation par le public. Un nouveau format radiophonique*, Les Enjeux de l'information et de la communication, 2013, vol. 14/2, n°2.

MORIN, Edgar. *Pour sortir du XX^e siècle*, Nathan, 1981.

NEWMAN, Nic et Nathan GALLO. *News Podcasts and the Opportunities for Publishers*, Reuters Institute of Journalism, 2019.

PARANTHOËN, Yann. *L'œil électrique*, n° 5, février-avril 1999.

PATINO, Bruno. *La civilisation du poisson rouge : petit traité sur l'économie de l'attention*, Grasset, 2019.

POULAIN, Sébastien. *Les postradiomorphoses : enjeux et limites de l'appropriation des nouvelles technologies radiophoniques*, RadioMorphoses, n°2, 2017.

RICHARD, Lionel. *De la radio et de l'écriture radiophonique*, Semen 2, 1985.

SALMON, Christian. *Storytelling : La machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits*, Éditions La Découverte, 2008.

SAUVAJOL-RIALLAND, Caroline. *Infobésité, comprendre et maîtriser la déferlante d'informations*, Vuibert, 2013.

SCHAEFFER, Pierre. *Machines à communiquer*, Le Seuil, 1970.

SCHAEFFER, Pierre. *Propos sur La Coquille*, Éditions Phonurgia nova, 1990.

SCHERER, Éric. « Introduction », *A-t-on encore besoin des journalistes ? Manifeste pour un « journalisme augmenté »*, sous la direction de Scherer Éric. Presses Universitaires de France, 2011.

SIMON, Herbert. « Designing Organizations for an Information-Rich World », M. Grennberger (DIR.), *Computer, Communications and the Public Interest*, The John Hopkins Press, 1971.

TISSERON, Serge. *L'intimité surexposée*, 2001.

TISSERON, Serge. « Intimité, extimité, dans un monde hyper connecté », dans *Intimités en danger ?* sous la direction de Muriel FLIS-TRÈVES et René FRYDMAN, Presses Universitaires de France, 2019.

TODESCHINI, Fiona. *Podcast natif et intimité : les récits à la première personne*, 2018. CELSA, DUMAS – 03115122.

VANOOST, Marie. *Journalisme narratif : proposition de définition, entre narratologie et éthique*, Les Cahiers du journalisme, printemps/été 2013, n°25.

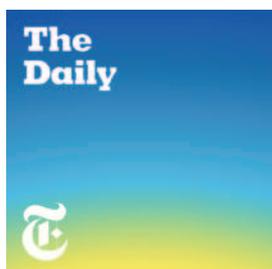
VOLCLER, Juliette. *Il était une fois le podcast. 1 : Faire table rase ?*, Syntone, 28 juin 2018.

WATINE, Thierry et Michel BEAUCHAMP. *La nouvelle responsabilité sociale des médias et des journalistes*, Les Cahiers du journalisme n°2, décembre 1996.

WOLFE, Tom. *The New Journalism*, 1973.

Annexes

ANNEXE 1 – Description des principaux podcasts abordés dans ce mémoire.



The Daily est un podcast d'actualité animé par Michael Barbaro et alimenté par les journalistes du New York Times. « This is how the news should sound. Twenty minutes a day, five days a week », peut-on lire sur la page du podcast. Chaque épisode se concentre à décortiquer une actualité, en retraçant le contexte et en développant les enjeux qui en découlent. Avec plusieurs millions de téléchargements chaque mois, *The Daily* est une référence revendiquée par de nombreux podcasts d'actualité français.



Dépêche ! est une série de podcasts réalisée par Olivier Minot et produite par Arte Radio. « Parodies, détournements, reportages et collages, chaque mercredi, Livo propose d'entendre l'actu d'un autre œil », peut-on lire sur la page du podcast. Cette revue de presse hebdomadaire – au ton décalé et incisif – porte ainsi un regard critique et humoristique sur l'actualité et les médias, en moins de huit minutes. Olivier Minot présente *Dépêche* comme « un dessin de presse sonore, une blague sur l'actualité, plus ou moins pertinente selon les jours ».



Le Quart d'heure est un podcast d'information quotidien proposé par les rédactions de Radio France et incarné par Céline Asselot. « La meilleure façon de s'informer avant d'entamer la soirée », peut-on lire sur la page du podcast. Chaque soir à 17:30, trois thèmes sont choisis et traités en profondeur, afin d'offrir une « bulle d'information » au ton et à l'univers sonore décalés. Céline Asselot présente ce podcast comme étant « [son] regard sur l'actualité, [ses] questionnements, un autre moyen d'aller chercher l'information, d'assumer un regard plus personnel sur l'actualité, de la raconter autrement, d'avoir d'autres codes, de casser peut-être un petit peu les codes de ce qu'on peut entendre sur d'autres antennes ou en tout cas de jouer avec ces codes ».

ANNEXE 2 – Illustration « We are storytellers » par Jessica ABEL (planche extraite de la bande dessinée *Out on the Wire : The Storytelling Secrets of the New Masters of Radio*, 2015).



ANNEXES 3, 4, 5, 6 : Entretiens

Les pages 69 à 104 ont été retirées de la version diffusée en ligne.

Résumé

Pendant la crise de la Covid-19, de nombreux podcasts d'actualité se sont développés, favorisés par l'évolution des pratiques d'écoutes. Les journalistes ont ainsi pu y voir des opportunités créatives en termes de narration et de création sonore jusqu'à y développer une personnification de l'actualité et en filigrane un nouvel imaginaire médiatique. Ce mémoire invite ainsi à questionner comment les podcasts d'actualité, en tant qu'espaces de création radiophonique, permettent-ils aux journalistes de façonner une nouvelle narration de l'information.

Mot clés

podcast d'actualité · radio · temporalité de l'information · storytelling · écriture sonore · création radiophonique · journalisme