

U4B-CIM TD B6

M. Ray GALLON

ray.gallon@univ-montp3.fr

L'art Radiophonique

Faire un programme de radio

Copyright © 2002, 2004; 2005-6 Ray Gallon

Site du cours : www.culturecom.net/upv/radioart

Rappel de caractéristiques de l'écoute radiophonique

● Aspects physiques :

- ◆ A travers une poste de radio – qui peut être **limitée** (haut parleurs petits, uniquement monophonique...)
- ◆ Souvent en **public** (centres commerciaux, boutiques, bistrot, rues de commerce...)
- ◆ A travers une **amplification électronique** (en public ou chez soi) avec ses **colorisations** du son et ses limitations techniques

Rappel de caractéristiques de l'écoute radiophonique

● Aspects psychologiques :

- ◆ Rarement une activité exclusive – plutôt un **accompagnement** aux autres activités
- ◆ Souvent une **écoute en arrière plan** (fond sonore) – voir formats de type « robinet »
- ◆ Quand en premier plan, il s'agit de « programmes » et ceux-ci prennent une **place intermédiaire** de notre attention
- ◆ Avec **publicité**, souvent gênant et qui interrompt le flux de l'émission

Comment concevoir un programme pour ces conditions ?

- En premier lieu, l'écoute de la radio est une **expérience** – ce qui implique que toutes les théories sont mauvaises sauf celles qui donnent à l'auditeur **une expérience auditoire authentique**.
- Etant une expérience **qui se passe en temps réel, et une seule fois**, il faut se rappeler qu'il est impossible de rembobiner.
- Il faut **permettre à l'auditeur d'entrer** à n'importe quel moment du programme, voir d'une émission.

Les éléments d'un programme de radio

- Musique
- Introduction et identification des émissions, de la musique etc.
- Journaux d'information
- Autres émissions parlées (littéraire, dramatique, analyse d'actualité...)
- Jingles, identification de la radio
- Auto promotion
- Publicité
- Autre continuité.

Qu'est-ce qui donne à une radio sa différence ?

- La totalité de son contenu (type de musique prédominant, musique ou infos en continu, radio culturelle, radio de divertissement...)
- Style de présentation (très lié au public cible).
- Personnalité des présentateurs.
- Homogénéité ou variété de contenu pendant la journée.
- Présence / absence et quantité de publicité.
- Quel « univers sonore » crée-t-elle ?

A quoi s'occupe le programmeur ?

- Un contenu attractif pour le public ciblé
- Une présentation de ce contenu à l'intérieure des émissions conforme au ton et à l'univers sonore de la radio dont il est responsable
- Une présentation entre les émissions conforme au ton et à l'univers sonore de la radio dont il est responsable
- L'abonnement audible de tous les présentateurs et animateurs à la mission de la radio
- En fin bref...

A quoi s'occupe le programmeur ?

● **Les Choix :**

- ◆ D'émissions
- ◆ De contenu
- ◆ Des présentateurs et d'animateurs

● **LES TRANSITIONS !**

- ◆ Entre morceaux de musique
- ◆ Entre émissions
- ◆ Entre segments de la journée
- ◆ Entre présentateurs

Un programme musical

- Les radios musicales choisissent une **gamme limitée** de musique en fonction du **public cible** (selon démographique, niveau économique etc.).
- Certaines radios choisissent les morceaux en fonction de preuves dites « scientifiques » auprès dudit public cible. Ces radios n'ont aucun objectif **esthétique** mais plutôt uniquement **économique**. Elles ne cherchent pas de créer un univers sonore, mais tout simplement de ramasser un maximum d'auditeurs à **vendre** aux annonceurs.
- Elles organisent une « **rotation** » de chansons, par exemple, en fonction seule de leur popularité (les plus grandes tubes sont jouées le plus fréquemment).

Un programme musical

- D'autres radios cherchent un équilibre entre le marketing et l'esthétique en faisant confiance à **l'instinct humain** des programmeurs.
- Selon R.G. il existe une seule et unique raison de programmer deux morceaux ensemble :
Ils sonnent bien ensemble !
- Il est donc possible de programmer une chanson de rock avec la musique classique si les morceaux sont **bien choisis** (écoutez FIP).
- Donc le choix de limiter la gamme de musique présentée est plutôt une décision de **marketing** que de **besoins intrinsèques** du médium.

Un programme musical - présentation

- La présentation aussi se fait en fonction du public cible. Cet aspect est bien étudié et les animateurs sont choisis pour leur capacité de s'intégrer dans l'univers sonore ainsi défini.
- Éléments de la présentation qui font partie de l'univers sonore de la radio musicale :
 - ◆ Ton de la voix des animateurs
 - ◆ Sexe des animateurs
 - ◆ Langage employé
 - ◆ Vitesse de la présentation
 - ◆ Quantité d'information donnée sur la musique

Les Radios Généralistes

- En général, les radios généralistes font un mélange d'information, des chroniques, de la musique, et d'autres divertissements.
- Parce que le format est très éclectique, il faut chercher la cohérence de la chaîne à travers le style des animateurs, le rythme de la production ou une emphase (la musique, l'information, etc.)
- Le public cible peut changer d'une généraliste à une autre, mais en général, il s'agit d'une tranche d'âge entre 26 et 65 ans.

Quelques émissions phares des radios généralistes françaises

- Les Grosses Têtes (RTL)
- Là-bas si j'y suis (France Inter)
- On va s'gêner (Laurent Ruquier, Europe 1)
- Le grand jury (RTL)
- La masque et la plume (France Inter)
- A l'air libre (Europe 1)
- France Inter favorise les émissions
- Europe 1 favorise les animateurs
- RTL est un peu entre les deux

Quelques animateurs phares des radios généralistes françaises

● France Inter :

- ◆ Nicolas Démorand (ex France Culture)
- ◆ Patricia Martin
- ◆ Stéphane Bern
- ◆ Daniel Mermet
- ◆ Stéphane Paoli

● RTL :

- ◆ Marc-Olivier Fogiel
- ◆ Laurent Boyer
- ◆ Nicolas Poincaré
- ◆ Laurence Ferrari

● Europe 1 :

- ◆ Nicolas Canteloupe
- ◆ Jérôme Dorville
- ◆ Frédéric Taddei
- ◆ Laurent Ruquier
- ◆ Jean-Pierre Elkabbach
- ◆ Michel Field

Grille de France Inter 2007 - Matin

Heure	Lundi - Vendredi	Samedi	Dimanche
4h30-6h	C'est déjà le matin (Nicolas Stoufflet)		Déjà de bout, pas encore couchés (Sylvie La Rocca)
6-7	Le 6/7 (Patricia Martin)		Le 7 / 9 (Pierre Weill)
7h-9h30	Le 7-9/30 (Nicolas Démorand)	Quelques différences de chroniques le Vendredi	Rue des Entrepreneurs
9h30-10h30	Service Public (Isabelle Giordano, Yves de Caens)		Interception
10h30-11h	J'ai mes sources (Colombe Schneck)		Eclectik (Rebecca Manzoni)
11h-12h30	Le fou du roi (Stéphane Bern)		La prochaine fois je vous le chanterai
12h30-13h00	Carnets de campagne / Le jeu des mille euros		Panic à Mangin Palace
13h00-13h30	Inter 13 (Journal de Fabrice Drouelle)		Ca ne se bouffe pas, ça se mange
			Kriss Krumble
			Inter 13

Grille de France Inter 2007 - Après-Midi

Heure	Lundi - Vendredi		Samedi	Dimanche
13h30-14h	2000 ans d'histoire (Patrice Gelinet)		Rendez-vous avec X	Au fil de l'histoire
14h-15h	La tête au carré (Mathieu Vidard)		CO2 mon amour	Cosmopolitaine
15h-16h	Là-bas si j'y suis (Daniel Mermez)		Le Zapping de France Inter	Au détour du monde
16h-16h30	Tendance Musiques (Laurent Lavigé)			
16h30-18h	La bande à Bonaud	Inoxydable	Système Disque	La librairie francophone
18h-19h	Inter Soir (Journal) / Et pourtant elle tourne (Alain Passerel / Jean-Marc Four)		C'est pas dramatique	Libre Cours
19h-19h20	Inter Soir 19H (Journal d'Alain Passerel - jusqu'à 19h30 le lundi)		Inter Soir 19H	
19h20-20h00	Le franc parler (Stéphane Paoli) - 20h15	La téléphone sonne (Alain Bédouet)	Le pont des artistes	La masque et la plume

Grille de WNYC-FM en 1987 - Lundi - Vendredi

Heure	Lundi - Vendredi
6-8	Actualités
8-12	Musique
12-17	Programme Musical avec interview et actualité culturelle
17-18h30	Actualité / Analyse
18h30-20	Programme pour enfants
20-23	Concerts - <i>Vendredi : Opéra</i>
23-24	Sons Nouveaux - Musiques du monde et « nouvelle age »
NUIT	Musique en continue - <i>Vendredi : « nouvelle age » de 0h00 - 1h00</i>