

LES OUTILS DU JOURNALISTE

LAURENT GAURIAT, JOËL CUOQ

Journaliste radio

Une voix, un micro,
une écriture

PUG

Journaliste radio

En France, chaque jour, plus de 43 millions de personnes écoutent la radio, ce média de proximité qui parle à l'oreille de l'auditeur et l'accompagne dès son réveil et dans son quotidien. Mais qui sait ce qui se passe derrière le micro, dans les conférences de rédaction ou en reportage ?

Riche de dizaines de témoignages signés par des journalistes réputés, ponctué d'exercices d'entraînement et de nombreuses infographies, ce livre unique en son genre nous fait pénétrer dans les coulisses de la radio.

Après un bref panorama du paysage radiophonique, les auteurs abordent les genres et les formats spécifiques de l'info radio, puis présentent les différents métiers et techniques de ce média à l'heure du numérique.

Véritable boîte à outils, avec un lexique des mots « pros », des documents inédits et des conseils techniques, le livre vous fera découvrir au fil des pages toutes les ficelles du métier :

- pour les futurs journalistes, les exercices d'entraînement en feront un outil précieux pour acquérir toutes les clefs du métier ;
- pour les auditeurs, il sera un moyen de découvrir l'envers du décor et de pénétrer l'univers fascinant de la radio.

Laurent Guriat est rédacteur en chef de France Bleu Gard Lozère, et intervenant pédagogique en école de journalisme.

Joël Cuoq, ancien rédacteur en chef de France Bleu Drôme Ardèche, est aujourd'hui formateur.



9 782706 125362

Presses universitaires de Grenoble
15, rue de l'Abbé-Vincent
38600 Fontaine
ISBN 978-2-7061-2536-2 (e-book PDF)

Journaliste radio



Le code de la propriété intellectuelle n'autorisant, aux termes de l'article L. 122-5, 2° et 3° a, d'une part, que les « copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective » et, d'autre part, que les analyses et les courtes citations dans un but d'exemple et d'illustration, « toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause est illicite » (art. L. 122-4).

Cette représentation ou reproduction, par quelque procédé que ce soit, constituerait donc une contrefaçon sanctionnée par les articles L. 335-2 et suivants du code de la propriété intellectuelle.

Création graphique de la couverture: Corinne Tourrasse

Relecture: Ségolène Marbach

Mise en page: Catherine Revil

© Presses universitaires de Grenoble, janvier 2016

15, rue de l'Abbé-Vincent – 38600 Fontaine

pug@pug.fr / www.pug.fr

ISBN 978-2-7061-2536-2 (*e-book PDF*)

L'ouvrage papier est paru sous la référence ISBN 978-2-7061-2413-6

Laurent Gauriat, Joël Cuoq

Journaliste radio

Une voix, un micro, une écriture

Presses universitaires de Grenoble

**La collection « Les outils du journaliste »
est dirigée par Christine Cognat, Arnaud Noblet et Francis Viailly.**

Laurent Gauriat, Joël Cuoq, *Journaliste radio. Une voix, un micro, une écriture*, 2015

Jean-François Richard, *Journaliste d'agence de presse. L'information 24 heures sur 24*, 2013

Reporters solidaires, sous la direction de Christine Cognat et Francis Viailly, *Le journalisme en pratique. Les bases du métier*, 2012

Reporters solidaires, sous la direction de Christine Cognat et Francis Viailly, *Les rubriques du journalisme. Décrypter, organiser et traiter l'actualité*, 2012

Avec les témoignages de :

- David Aussillou (France Bleu Provence) – p. 44
Nicolas Marsan (RMC Info) – p. 73
Franck Ballanger (France Inter) – p. 75
Laurent Gauriat (Radio France) – p. 88
Johan Moison (France Bleu Armorique) – p. 90
Mathilde Lemaire (France Info) – p. 92
Fabienne Sintès (France Info) – p. 108
Jean-Laurent Bernard (France Bleu) – p. 111
Frédéric Wittner (France Info) – p. 120
Anne Jocteur-Monrozier (France Bleu) – p. 123
Clémentine Méténier (RCF Isère) – p. 124

Avant-propos

Plus de 43 millions de personnes écoutent chaque jour la radio. Combien d'entre elles savent ce qui se passe dans une rédaction au quotidien, comment sont choisis et fabriqués les reportages, comment s'écrit un journal radio, ou comment ce média centenaire a fait pour sortir rajeuni et conquérant de la révolution numérique? C'est à ces questions que répondent les auteurs de cet ouvrage, Joël Cuoq et Laurent Gauriat. À eux deux, ils totalisent cinquante-cinq ans d'expérience à tous les postes dans ce « média de l'im-médiat » qui fascine toujours autant.

Dans les pages qui suivent, ils ont souhaité ouvrir les portes de leur univers, donner les codes, le mode d'emploi du journalisme radio, afin de permettre au lecteur de mieux comprendre ce qu'il entend à la radio.

Cet ouvrage se destine en priorité aux étudiants en journalisme qui trouveront au travers de ces chapitres un condensé pédagogique de tout ce qu'ils tentent d'appréhender durant leur apprentissage dans les écoles de journalisme. Mais au-delà de ceux qui aspirent à faire ce métier exigeant, les auteurs s'adressent aussi à tous les amoureux du média radio qui, à la lecture de ces pages, pourront parfaire leurs connaissances sur ces voix, ces mots qui sortent du poste tous les jours.

Décortiquer le média radio, le rendre accessible, ont été l'obsession des auteurs durant leur travail d'écriture. Pour y parvenir, ils se sont appuyés sur de nombreux témoignages, illustrations, infographies et exercices pour faire de leur livre une véritable « boîte à outils ». Ne manquez pas le glossaire, il fourmille d'informations que vous retrouverez au fil des pages, mais aussi du vocabulaire technique indispensable. Les renvois au glossaire sont signalés seulement à la première occurrence d'un mot afin de ne pas alourdir la lecture.

Avec ce livre, vous entrerez avec eux dans les rédactions, participerez aux conférences de rédaction comme si vous étiez journaliste, et découvrirez la radio comme vous ne l'avez jamais lue!



1^{re} partie

↘ **La radio,
média de l'instant,
bien dans son temps**

Au début était la TSF, la télégraphie sans fil. Quand Guglielmo Marconi transmet un message sonore par ondes hertziennes, en mars 1899, depuis Douvres en Angleterre jusqu'aux rivages français du Pas-de-Calais, il ne sait pas encore qu'il vient d'inventer un média. Car il n'imagine pas que sa trouvaille puisse porter la voix humaine et la musique dans chaque foyer. Ce qui n'est alors qu'une innovation technique de plus, réservée aux seuls militaires en campagne, fera une entrée fracassante dans l'Histoire un jour de novembre 1917 en Russie. Émettant depuis le croiseur *Aurore*, une radio annonce que le soviétique de Péetrograd prend la tête de la révolte. Par précaution, le gouvernement russe de l'époque avait pourtant fait détruire, la veille, les presses des journaux. C'est donc par le plus inattendu des médias, la TSF, que le monde apprend l'acte fondateur de la Révolution russe. En novembre 1921, un premier bulletin radiophonique est diffusé depuis la tour Eiffel. L'année suivante, Émile Girardeau lance Radiola, la première station privée. Dans les années 1930, le gouvernement français organise et réglemente la diffusion de la TSF qui est placée sous la tutelle des PTT, l'administration des Postes, télégraphes et téléphones. Le poste de radio trône d'abord en bonne place dans les salons bourgeois aux côtés du piano, puis se répand dans les classes moyennes. C'est en famille que l'on se rassemble pour écouter les programmes de « récréation artistique », de musique légère, les feuilletons et les informations. La radiodiffusion rencontre rapidement un succès universel, comme en témoigne Léon Plouvier, directeur de Radio-PTT-Nord en 1930 : « On se hâtait de rentrer chez soi pour ne rien perdre de ces soirées radiodiffusées, plus de haltes dans les cabarets, plus de parties de cartes en face d'une canette. À tel point que le Syndicat des débitants de boissons intervint à la mairie pour nous faire supprimer » (Balle, 2011).

Les spécificités d'un média oral

A. Les atouts de la radio

1. La radio, média de l'immédiat

La radio a réussi parce qu'elle a le don d'ubiquité : ses messages peuvent être reçus sans délai, à l'instant même où ils sont émis, où que l'on soit : il n'est pas une parcelle de territoire, un recoin d'océan qui ne reçoive un signal émis par une radio, que ce soit par la bande FM*, AM ou les ondes courtes. À l'échelle terrestre, la radio est universelle. Dans l'instant, elle atteint le plus grand nombre, individus rassemblés ou isolés, à leur domicile ou ailleurs. Mais ce média de masse a aussi l'avantage de créer un lien intime avec chacun de ses auditeurs. À l'écoute de l'animateur ou du journaliste qui nous accompagne chaque matin, nous avons le sentiment d'un lien unique et direct, intime et chaleureux, comme l'est la voix humaine qui porte le message radiophonique. C'est aussi un média brûlant quand « tombe » une nouvelle, un média du direct, de l'éphémère, de la conversation.

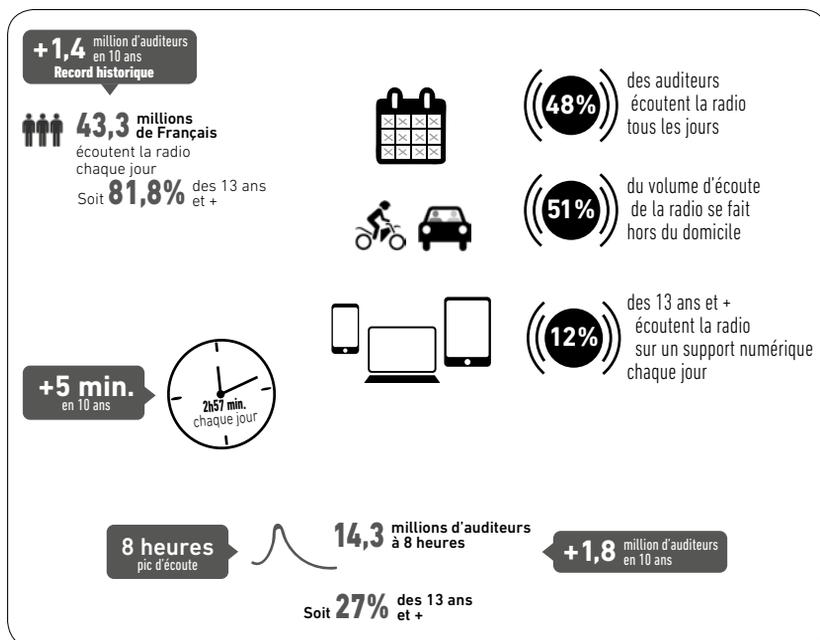
De la TSF au transistor, de la bande FM au podcast, la radio s'est adaptée depuis un siècle à toutes les évolutions technologiques. En 2014 en France, 43,3 millions d'auditeurs écoutaient la radio, un record historique. Chaque jour, huit Français sur dix âgés de quinze ans et plus passent trois heures en moyenne à l'écoute de la radio. Des auditeurs toujours plus nombreux et toujours plus assidus : chaque matin à 8 heures, le pic d'audience de la journée, ils sont 14 millions à être à l'écoute (Pellerin, 2014).

2. La radio : un média mobile

Alors que presse écrite et chaînes de télévision prennent de plein fouet les vagues du numérique et de l'Internet mobile, la radio semble bien placée pour s'y adapter grâce à deux atouts majeurs : elle est mobile et gratuite.

La radio se consomme en mobilité : on écoute la radio en marchant, en conduisant, dans les transports en commun, elle est compatible avec toutes les activités de notre vie quotidienne. Désormais 50 % du volume d'écoute de la radio se fait en dehors du domicile. Un français sur cinq qui se déplace entre 6 heures et 9 heures du matin a au moins un contact quotidien avec la radio. Et l'autoradio n'explique pas tout ! 12 % des Français écoutent la radio sur un support digital : ordinateur, tablette et surtout téléphone portable, soit plus de six millions d'auditeurs. En trois ans, cette audience radio sur support multimédia a triplé avec une croissance spectaculaire chez les 13-19 ans. Si l'Internet mobile est l'avenir de la radio, la généralisation de la 4G va encore accroître l'écoute sur téléphone.

Figure 1. L'écoute de la radio en France : quelques repères.



Source: Médiamétrie*.

↳ LE PODCAST : LA RADIO QUAND ON VEUT



Le podcast est la contraction des mots « iPod » et « *broadcast* », qui signifie « diffusion » – que nos cousins québécois ont aussitôt nommé « baladodiffusion ». Le podcasting, c'est la diffusion de contenu sonore ou vidéo sur Internet. Cela permet à l'internaute de s'abonner à un flux RSS et d'écouter l'émission choisie d'un simple clic (en streaming), ou bien de l'écouter sur son lecteur audio portable après l'avoir téléchargée.

Autrefois, pour suivre une émission de radio, il y avait le direct... ou rien. Autrefois, c'était avant 2007. En cinq ans, le podcast a trouvé son public : en 2011, on comptait en France 4 millions de podcasteurs réguliers et leur nombre double tous les trois ans. De plus, ces utilisateurs se comportent comme de gros consommateurs : 600 000 podcasts d'émissions de radio chaque jour en France en novembre 2013.

Le palmarès des programmes podcastés s'établit ainsi : le divertissement (6 millions), devant la culture (4,9 millions) et l'information (4,3 millions). Mais les podcasts d'info sont en très forte progression de 66 % en deux ans (Médiamétrie, 2014).

Les podcasteurs sont par ailleurs de grands consommateurs de vidéos sur Internet, de radio en direct, des lecteurs de presse nationale, régionale et magazine. Une confirmation de cette règle ancienne : les médias ne se concurrencent pas, ils sont au contraire complémentaires.

3. La radio : une communauté

La radio était déjà un réseau social, avant même l'avènement d'Internet. Elle n'a pas attendu Facebook et Twitter pour constituer des communautés et interagir avec son public. Les exemples sont multiples : les Parisiens se mobilisent en 1954 en réponse à l'appel de l'abbé Pierre pour les mal-logés sur Radio Luxembourg, les auditeurs d'Europe 1 constituent les premiers Restos du Cœur à l'appel de Coluche, 100 000 jeunes défilent dans les rues de Paris en 1985 pour défendre NRJ menacée de fermeture administrative, la solidarité des auditeurs du réseau* France Bleu se met en place face aux catastrophes naturelles (inondations dans le Sud, tempêtes bretonnes, etc.). La radio entretient ainsi une relation personnelle, intime avec son auditoire.

Cette interactivité a pris une forme nouvelle : la parole donnée en direct aux auditeurs sur tous les sujets dans une multitude d'émissions du type « antenne* libre » ou « antenne ouverte ». Selon le principe du « média miroir »¹, tout le monde donne son avis sur tout. Ce fort potentiel d'échange en réseau avec son public, la radio a su l'adapter aux nouvelles techniques numériques. Mais l'esprit était là depuis un demi-siècle.

4. La radio : gratuite et diverse

La radio puise aussi sa force dans sa gratuité et sa diversité. Parce que son accès est gratuit, elle parviendrait presque à faire oublier qu'elle vit soit de la publicité, soit de l'impôt (redevance audiovisuelle), et parfois en combinant ces deux sources de financement.

Si les Français sont « fous de radio » (l'expression est de Médiamétrie), c'est aussi et surtout parce que l'offre qui leur est proposée est unique en Europe : près de 900 opérateurs et autant de programmes différents. Si Radio France et les grands groupes privés comme RTL, Europe 1, NRJ, RMC dominent le marché, des millions d'auditeurs écoutent aussi les 700 radios indépendantes et les 180 radios associatives qui peuplent la bande FM. Preuve de ce maillage serré du territoire : le CSA* a autorisé 8 000 fréquences sur l'étroite bande qui va de 87,5 MHz à 108 MHz!

B. Les temps de la radio

1. La grille

La grille*, c'est la répartition sur une semaine des différents genres d'émission selon les jours et les heures. On distingue les programmations horizontales (même émission chaque jour à la même heure) des programmations verticales (une émission hebdomadaire est diffusée le même jour à la même heure, par exemple la chronique « cinéma » le mercredi matin, jour de sortie des films en salle, à 8 h 50 ou bien la chronique « jardinage » le samedi à 9 h 10).

1. « Les médias reflètent ce que disent les gens, les gens reflètent ce que disent les médias. Ne va-t-on jamais se lasser de cet ahurissant jeu de miroir? ». *Le premier siècle après Béatrice*, Amin Maalouf.

➤ EXERCICE

Construisez la grille d'une radio associative dans une capitale régionale pour un public de jeunes adultes.

Proposition de corrigé

En guise de corrigé, comparez votre proposition avec la grille de Bram FM, radio associative de Tulle (Corrèze).

Figure 3. La grille de programme de Bram FM.

	lundi	mardi	mercredi	jeudi	vendredi
6h	Le Bram du matin (infos nationales, internationales, chroniques et musiques)				
7h	La matinale (infos locales, régionales, nationales, internationales et ponctuations musicales)				
8h					
9h					
10h	Musiques et chroniques				
11h					
12h	Le Bram de midi (infos locales, régionales, nationales, internationales et ponctuations musicales)				
13h					
14h	Musiques et chroniques				
15h					
16h					
17h	Le tout info soir (infos locales, régionales, nationales, internationales et ponctuations musicales)				
18h					
19h					
20h	Musiques et chroniques			Bordée d'Zic	Musiques et chroniques
21h	Vertigo	A l'abordage	Little juice funky trip	Ah non, pas encore du jazz	Manet
22h		French KITT			
23h	Espace noctambule chanson française	Espace noctambule Hip hop	Espace noctambule World	Espace noctambule Jazz	La nuit des musiques électro
00h					
01h					
02h	Programmation de nuit	Programmation de nuit	Programmation de nuit	Programmation de nuit	
03h					
04h					
05h					

samedi	dimanche
	Bram en France
Musiques et chroniques	
	Corsica
	Bram de l'accordéon
Little juice funky trip - rediffusion	Ah non! Pas encore du jazz! - rediffusion
La boîte à Pink	Musiques et chroniques
Manet - rediffusion	
Réservoir Pop	
Musiques et chroniques	
Vertigo - Rediffusion	
A l'abordage - rediffusion	
	Espace noctambule rock
	Métal musique machine
Chroniques La nuit des musiques	Programmation de nuit

2. Une horloge parlante

Dans cette structure rigide qu'est la grille radio, les rendez-vous d'information occupent une place particulière, et souvent la première puisqu'ils débutent aux heures rondes, mais dans un espace qui leur est compté puisque la règle d'or est le respect strict de la pendule. Du réveil à l'arrivée sur le lieu de travail, la radio rythme les gestes de la vie quotidienne de 14 millions de Français entre 6 heures et 9 heures du matin. Les voix familières des journalistes et des animateurs donnent le signal de nos retards matinaux : grille-pain, salle de bains, départ pour l'école. Le timbre de la voix de Patrick Cohen ? Il est 7 heures sur France Inter, le « bonjour » de Sotto ? Les auditeurs d'Europe 1 savent qu'il est 5 h 59. Les premiers mots d'Yves Calvi ? 6 h 58 à l'horloge de RTL. L'heure est la première des informations au cadran de la radio qui assume sa mission d'horloge parlante.

3. Une activité saisonnière

Quoi de neuf aujourd'hui ? La mission première des médias sera toujours de faire connaître au plus grand nombre les derniers faits qui agitent le monde, mais la radio a aussi cette fonction de tenir la chronique des événements prévisibles : Noël en décembre, Pâques au printemps, l'épreuve du Bac en juin, les départs en vacances, les grandes marées de l'été, la rentrée scolaire : autant de reportages (des « marronniers ») qui accompagnent les changements de rythme de la vie sociale.

Horloge de nos matins, la radio tourne ainsi les pages du calendrier des saisons. Le journaliste sort du transistor et s'installe aux côtés de ses auditeurs, sur le canapé du salon, sur la banquette arrière de l'automobile familiale, pour partager ces mini-événements de la vie quotidienne. Au carrefour de l'information et de l'animation, ces reportages sont à l'image de la vie : faits de petits rituels qui prennent leur sens dans leur répétition.

▼ EXERCICES

- Réalisez un reportage à l'occasion de la Toussaint. Imaginez trois angles* possibles, les lieux de reportages et les personnages que vous souhaitez rencontrer.

Corrigé

1. Les épitaphes gravées sur les tombes du cimetière de votre ville. Les grands classiques, les citations de poètes, de chansons populaires. Ces citations sont lues par le responsable d'une société de pompes funèbres ou par le gardien du cimetière. Le reportage sera également illustré par des extraits des chansons populaires dont les paroles sont gravées sur les tombes.
2. Visite commentée du cimetière de votre ville avec un historien local ou le gardien municipal des lieux. Description des tombes remarquables, insolites et celles des hommes et femmes célèbres.
3. La part toujours plus importante de la crémation dans la société française avec des données chiffrées et des témoignages de celles ou ceux qui ont fait ce choix.

- Vendredi 13 : Imaginez trois angles originaux pour illustrer cette journée particulière. Donnez des exemples de scénarios, de lieux de reportage, de personnes à interviewer.

Corrigé

1. Partir à la rencontre des passants à la recherche de témoignages à partir de cette question : « racontez-nous LA chance de votre vie ».
2. Chercher et recueillir les témoignages de personnes paralysées par la superstition qui limitent autant que possible leurs activités sociales ce jour-là.
3. Se mettre dans la peau d'un gros gagnant de la loterie et faire le tour des commerces de luxe de la ville pour tenter de dépenser plusieurs millions d'euros en une seule journée.

Pour aller plus loin

- Yves Agnès, *Manuel du journalisme*, La Découverte, 2012, 473 p.
- Francis Balle, *Les médias*, Que sais-je? PUF, 2011, 127 p.
- Burnier et Rambaud, *Le journalisme sans peine*, Plon, 1997, 175 p.
- CFI et ESJ, « 24 heures dans une rédaction », www.24hdansuneredaction.com.
- Patrice Cuvelier et Olivier Morel-Maroger, *La radio*, Que sais-je? PUF, 2005, 127 p.
- Christophe Deleu, *Les anonymes à la radio*, INA/De Boeck, 2006, 232 p.
- Béatrice Donzelle, « Quelle stratégie sur le Web pour les radios généralistes? », *Ina global*, 2014.
- Romo Goldèche, *Vieux mythes et grands secrets du journalisme*, Tisérias, 2000.
- Jean-Noël Jeanneney, *L'écho du siècle. Dictionnaire historique de la radio et de la télévision en France*, Pluriel, 2001, 815 p.
- Paul-Stéphane Manier, *Le journalisme audiovisuel*, INA Éditions, 2011, 251 p.
- Dominique Payette, *Le journalisme radiophonique*, Les Presses de l'université de Montréal, 2007, 167 p.
- Annick Peigne-Giuly, « Les radios généralistes se soignent aux remèdes d'antan », *Libération*, septembre 2005.
- Marc Pellerin, « Les Français fous de radio », *Audience Le Mag*. Médiamétrie, www.audiencelemag.com.
- Pascal Perrat, *Libérer son écriture*, Victoires Éditions, 2012, 268 p.
- Frédéric Pommier, *L'assassin court toujours et autres expressions insoutenables*, France Inter-Seuil, 2014, 251 p.
- Robert Prot, *Dictionnaire de la radio*, Presses universitaires de Grenoble/INA, 1997, 654 p.
- Le Monde*, 21 novembre 2014.
- « Les bonnes ondes de Patrick Cohen », *Le Parisien*, 3 février 2012.

Ludovic Perrin, « Personne n'a envie de se faire engueuler le matin », *Le Journal du Dimanche*, 7 décembre 2014.

Alain Constant, « La radio veut se faire voir », *Le Monde*, 28 avril 2014.

Sophie Gindensperger, « La radio va plus vite que le Web », *Libération*, 27 août 2014.

Marc Fernandez, « Avec la radio, les oreilles ont des yeux », *Ina Global*, 2014.

Michel Serres, à l'occasion du centenaire de la RTBF, la radio publique belge, Bruxelles, mars 2014.

Remerciements

Les auteurs et l'éditeur remercient les journalistes qui ont accepté de témoigner dans ces pages et ceux qui ont contribué à cet ouvrage par leur aide et leurs conseils :

David Aussillou	Olivia Ferrandi	Clémentine Méténier
Jean-Philippe Baille	Marc-Olivier Fogiel	Julien Moch
Franck Ballanger	Anne Jocteur-Monrozier	Johan Moison
Jean-Laurent Bernard	Jules Lavie	Patrick Pépin
Patrice Bertin	Mathilde Lemaire	Hélène Roussel
Isabelle Choquet	Valentine Letesse	Fabienne Sintès
Jean-Pierre Farkas	Said Makhloufi	Frédéric Wittner
Paul Fels	Nicolas Marsan	