



Appel à communication Colloque international

Information et journalisme radiophonique à l'ère du numérique

Strasbourg, 20 et 21 mars 2014

1. CADRE GENERAL :

Le Groupe de Recherches et d'Études sur la Radio (GRER) organise son septième colloque international. Après Bordeaux (2001 et 2004), Lyon (2006), Paris (2009 et 2011), et Bruxelles (2010), il aura lieu à l'Université de Strasbourg les 20 et 21 mars 2014.

Un appel international à communication est lancé, dans le cadre des problématiques et modalités exposées ci-dessous.

Le secteur de la presse écrite se recompose chaque jour en raison notamment de l'apparition du numérique. Au-delà des mutations que le numérique entraîne, c'est la question de la signification du journalisme de presse écrite qui est régulièrement posée.

Le média radiophonique, quant à lui, ne semble pas menacé de disparition à court ou moyen terme. La radio demeure un élément essentiel des pratiques et du système d'information, au quotidien mais aussi lors de circonstances plus exceptionnelles ou en temps de crise. La crédibilité de l'information radiophonique reste très élevée, et supérieure à celle des autres médias. Pour autant, de nombreuses mutations marquent son évolution. Dans ce colloque, se poseront plusieurs questions : comment la production de l'information radiophonique intègre-t-elle ces mutations liées au numérique ? Les acteurs qui contribuent à cette production ont-ils changé, ou vont-ils changer ? L'identité professionnelle des journalistes de radio a-t-elle été modifiée ? Les contenus médiatiques seront-ils différents ? Comment écoute-t-on l'information à la radio aujourd'hui, et comment va-t-on l'écouter demain ?

Avec le développement du Web, tout notre paysage médiatique est en voie de transformation. Ce colloque interrogera la capacité de la radio à informer les citoyens dans nos sociétés contemporaines. À partir de ses héritages, de ses pratiques actuelles, et de ses évolutions, nous poserons la question : la radio peut-elle demeurer un média d'information majeur à l'heure du numérique ?

S'articulant autour de deux grands axes, ce colloque propose ainsi d'aborder la question sous plusieurs angles :

2. DEUX GRANDS AXES :

Axe1. Pratiques professionnelles de l'information radiophonique : remises en questions et évolutions

Le journalisme est associé à la création de la radio, et à sa transformation rapide en média de masse. Le radioreportage, qui se développe dans les années 1930, marqué par l'éloquence du journaliste, permet de rendre compte de l'évolution du monde et devient un genre en soi. Il atteint son apogée à la fin de la Seconde Guerre mondiale. L'apparition de la télévision a certes constitué une menace pour le journalisme radiophonique, mais les deux médias ont finalement cohabité pendant plusieurs décennies.

Depuis près de vingt ans, les pratiques professionnelles se sont elles aussi modifiées avec l'apparition des nouvelles technologies. La production de l'information a d'abord été marquée par plusieurs phénomènes : dématérialisation, compression et miniaturisation. De quelles manières ces tendances affectent-elles les routines et les savoir-faire des journalistes de radio ?

Le numérique questionne également l'organisation des rédactions qui produisent l'information. Souvent, des rédactions spécifiques ont été créées pour les sites Web des radios. Certains journalistes ne travaillent ainsi que pour le site d'une station, et n'ont pas d'activité radiophonique à proprement parler. Il y a aussi des entreprises de radio-télévision où, au contraire, les rédactions étaient segmentées par support jusqu'à ces dernières années et où l'on est passé au modèle de la *newsroom* multimédias qui dessert tous les supports. La radio ne devient alors plus qu'une des déclinaisons de "mise en forme" d'une offre informationnelle parmi d'autres.

Plus généralement, de nouvelles compétences sont demandées au journaliste de radio : savoir prendre des photos ou des vidéos, savoir compléter son reportage radiophonique avec des textes, savoir mettre en ligne celui-ci... Autant de qualités qui sont devenues des critères d'embauche, au même titre que la maîtrise de l'écriture radiophonique et la présence au micro. L'identité professionnelle des journalistes de radio s'est donc transformée en quelques années seulement.

Face à ces mutations, les écoles de journalisme s'interrogent : avec le développement du multimédia, faut-il encore organiser les formations en fonction des médias « historiques » (Presse écrite/Radio/Télévision) ? Ne faut-il pas un enseignement unique, de type multimédia ? Comment satisfaire la demande des employeurs qui attendent toujours plus en matière de formation et de polyvalence des jeunes journalistes ?

Ainsi les travaux qui interrogent les évolutions du journalisme radio que ce soit à partir des pratiques professionnelles, de l'organisation des rédactions, des compétences, de la formation ou des nouveaux acteurs seront bienvenus dans cet axe.

Axe 2. Les contenus et leurs usages : extension des territoires radiophoniques

Les chaînes de radios proposent depuis plusieurs années des contenus et des services propres au Web. Les contenus se sont peu à peu enrichis, et les internautes trouvent sur les sites des radios de nombreuses informations complémentaires au programme audio. La radio est de plus en plus filmée, des caméras ont été installées dans les studios, et il est devenu possible de « regarder » certains programmes radiophoniques sur Internet. Grâce à ces images ou aux photos publiées sur les sites des radios, l'auditeur peut relier une voix à un visage plus facilement qu'hier. C'est donc la relation ontologique que l'auditeur noue avec la radio qui est redéfinie.

La radio de « rattrapage », sous la forme du *streaming* (écoute sur le site de la radio) ou du *podcast* (téléchargement d'une émission dans la bibliothèque d'un ordinateur ou d'un téléphone portable) modifie en profondeur le statut de la radio. Même si l'écoute en direct demeure majoritaire, les usagers commencent à s'emparer du *podcast*. Ces nouveaux modes d'écoute pourraient, à terme, changer l'image et la pratique de la radio, toujours perçue comme un média du direct, et, de manière corollaire, comme un média de l'éphémère. Certaines radios dont l'audience reste modeste deviennent par exemple leaders dans les pratiques d'écoute à la demande. D'autres types de programmes pourront ainsi émerger, n'étant plus reliés à une temporalité donnée.

Grâce à la création des sites Web, il est devenu possible d'écouter une radio au-delà de sa diffusion hertzienne. Le rapport au territoire s'en trouve modifié, et provoque de nouvelles pratiques d'écoute (découverte de radios lointaines, maintien du lien avec un pays d'origine). De nombreuses radios, baptisées web-radios, se sont également créées sur Internet. Partout dans le monde, comment ces nouvelles radios on-line contribuent-elles à l'émergence de nouvelles formes d'expression citoyenne, de participation et comment s'y prennent-elles pour réactiver un espace public qui dépasse largement l'échelle locale et l'échelle nationale ?

Dans certaines radios, l'auditeur est omniprésent à l'antenne. Les radios ont aussi développé l'interactivité sur le Web. De nombreuses émissions ont leur page Facebook, et leur compte Twitter, et permettent un échange avec les auditeurs, qui peuvent donner leur avis et poser leurs questions aux organisateurs. Images et textes complètent souvent un programme radiophonique dont la participation s'est complexifiée, ne se limitant plus à l'intervention des auditeurs à l'antenne. On pourra aussi se demander si le journalisme de type « participatif » (blogs, commentaires...) s'est développé sur Internet.

Enfin, ce sont les formats eux-mêmes qui semblent réinventés avec l'apparition du numérique. Durant les dernières décennies, à côté du flash, le reportage de courte durée (moins de deux minutes) est devenu le dispositif d'information privilégié par les professionnels de la radio. À tel point que les reportages plus longs ont quasiment disparu de ce média. Ils ne perdurent que sur quelques radios. Aujourd'hui, le multimédia fait éclater les genres, modifie les formes, et réinterroge la notion de durée. On assiste au développement des diaporamas sonores, notamment sur les sites des médias de presse écrite. De nombreux reportages multimédias (ou webdocus) comportent une « dimension sonore », et s'articulent autour de récits inédits. Les sources de financement de ces reportages sont multiples, et font apparaître un modèle économique plus fragile encore que celui des médias classiques. Pour ce type de productions, s'agit-il toujours de journalisme ? Et si oui, faut-il encore parler de « journalisme radiophonique » ? N'a-t-on pas basculé vers un « journalisme sonore » ? Ce journalisme sonore va-t-il se développer et influencer le journalisme radio traditionnel ?

Les communications pourront explorer toutes ces questions. Elles feront apparaître les interactions du numérique, sous toutes ces formes, avec le journalisme radiophonique. Elles porteront sur la stratégie des acteurs (actionnaires, responsables des médias, pouvoirs publics...), l'organisation de la production journalistique, sur l'évolution des contenus, et sur les nouvelles façons d'écouter l'information. Elles interrogeront les mutations de la profession journalistique (statut, compétences, techniques et pratiques, formation...). Elles s'intéresseront aux dimensions technologique, économique et sociale de la fabrication de l'information et de sa réception.

Comme pour les précédents colloques du GREER, le regard de nombreuses disciplines universitaires est attendu : sciences de l'information et de la communication, histoire, géographie, économie, psychologie, sociologie, science-politique, philosophie, droit, ethnologie, sciences du langage... Les communications de praticiens seront également les bienvenues.

3. MODALITES DE SOUMISSION DES PROPOSITIONS ET ORGANISATION DU COLLOQUE :

La durée des conférences plénières sera fixée à 30 minutes ; les communications dans les ateliers seront limitées de 15 à 20 minutes.

Les auteurs sont invités à soumettre pour le **30 septembre 2013** une proposition de communication en français, ou en anglais.

Elle comportera : un titre (et sous-titre), 5 à 8 mots clés, éventuellement l'inscription dans une ou plusieurs des thématiques proposées ci-dessus. Elle développera sur 5 000 caractères au plus, une proposition de communication devant présenter sa problématique et ses hypothèses et éventuellement une bibliographie. Les informations personnelles (nom, institution de rattachement, statut, adresse postale et coordonnées téléphoniques et électroniques) doivent être rassemblées sur la première page.

La communication peut être présentée en français, anglais, allemand ou espagnol. Si, lors du colloque, la communication est faite en allemand ou en espagnol, elle devra être accompagnée d'une présentation PowerPoint en anglais.

Merci d'envoyer vos propositions dans un fichier format Word (.doc) portant le nom de l'auteur, et une adresse électronique aux deux adresses suivantes :

Mail : grer.mail@club-internet.fr / christophe.deleu@unistra.fr

Téléphone (pour le colloque uniquement) : Tél. + 06 30 94 84 03

Un accusé de réception sera adressé aux auteurs. Le comité scientifique effectuera alors une sélection des propositions en double aveugle. Les propositions acceptées pourront faire l'objet de demande de modifications de la part du comité scientifique. Ces réponses seront adressées aux auteurs à partir du 30 octobre 2013.

Les auteurs retenus seront invités à soumettre le texte intégral de leur communication, ainsi que les documents PowerPoint, au plus tard le 15 février 2014, sous forme papier et électronique. Ces textes, avec l'accord des auteurs et du comité scientifique, pourront faire l'objet d'une publication en ligne, notamment sur le site Internet du GRER (www.grer.fr).

4. RAPPEL DU CALENDRIER :

30 septembre 2013 - Date limite d'envoi des propositions

30 octobre 2013 – Annonce des propositions retenues

15 février 2014 - Envoi des documents

5. COMITE SCIENTIFIQUE :

Frédéric Antoine : Professeur, Université de Louvain-la-Neuve, Observatoire du récit médiatique, président du GRER ;

Jean-Jacques Cheval : Professeur, Université de Bordeaux 3, laboratoire MICA, fondateur du GRER ;

Valérie Croissant : Maître de conférences, Université de Lyon 2, laboratoire ELICO ;

Etienne Damome : Maître de conférences, Université de Bordeaux 3, laboratoire MICA ;

Christophe Deleu : Maître de conférences (HDR), Université de Strasbourg, laboratoire SAGE, responsable scientifique du colloque ;

Nicole Gauthier : Directrice du Centre universitaire d'enseignement du journalisme (Cuej), Université de Strasbourg ;

Hervé Glevarec : Directeur de recherche, laboratoire Communication et Politique , CNRS ;

Valérie Jeanne-Perrier : Maître de conférences, Université de Paris 4, laboratoire GRIPIC ;

Carmen Peñafiel-Saiz : Professeur, Université du Pays Basque à Bilbao ;

Nathalie Pignard-Cheynel, Maître de conférences, Université de Grenoble, laboratoire CREM ;

Pascal Ricaud : Maître de conférences, Université de Tours, laboratoire CITERES ;

Nozha Smati, enseignante contractuelle, Université de Lille 3, laboratoire GERiiCO, représentante des jeunes chercheurs au GRER ;

Julie Sedel : Maître de conférences, Université de Strasbourg, laboratoire SAGE ;

Guy Starkey : Professeur, Université de Sunderland, laboratoire CRMCS ;

Le Colloque est organisé en partenariat avec :



L'UMR 7363 SAGE (Sociétés, Acteurs, Gouvernement en Europe)

<http://sage.unistra.fr/>



Le Centre universitaire (Cuej) d'enseignement du journalisme

<http://cuej.unistra.fr>





GROUPE DE RECHERCHES ET D'ETUDES SUR LA RADIO

Le GRER a été fondé avec pour but d'aider à la connaissance, la reconnaissance et au développement des études radiophoniques.

Le GRER a participé activement au réseau européen de recherche sur la radio IREN (International Radio Research Network), appuyé par la Commission européenne. Il est engagé dans de nouveaux projets internationaux.

Depuis octobre 2005, le GRER est une association nationale ouverte à l'adhésion de tous ceux qui partagent ses objets et projets. Cette association a pour but le développement et la valorisation de la recherche, des études scientifiques et diverses, les mises en œuvre de pratiques novatrices autour de la radiodiffusion. Elle a pour vocation de rassembler les personnes physiques ou morales engagées dans la recherche fondamentale ou appliquée sur la radio. En alliant recherches théoriques et pratiques, en s'intéressant tant aux structures, à l'environnement, aux contenus, à la pratique et à la création radiophoniques, qu'aux publics et à la réception, le GRER souhaite être un lieu de réflexions, dans des dimensions prospectives, sur la réalité actuelle et l'avenir de la radio, sur les problématiques et enjeux de ce média. Le GRER accueille déjà de nombreux jeunes chercheurs, organisés sur des thématiques particulières de travail.

Les activités que l'association développe sont : Encourager et soutenir les études et les recherches en liaison avec la radio dans toutes les disciplines ; valoriser ces travaux en organisant leur connaissance et leur diffusion par tous les moyens nécessaires, mais notamment à travers son site Internet, dont une nouvelle version est en cours de mise en place ; favoriser la mise en relation des chercheurs, en France et à travers le monde ; organiser la représentation et la participation de la recherche française sur la radiodiffusion au sein des organismes, institutions ou associations ; contribuer au dialogue avec les professionnels de la radio ; et de façon générale, participer à la légitimité et à la valorisation du média radio.

Contacts (pour toute information sur le Grer) :

GRER, Maison des Sciences de l'Homme d'Aquitaine (MSHA)
10, Esplanade des Antilles, 33607 Pessac Cedex - FRANCE

Mail : grer.mail@club-internet.fr

Site Internet : <http://www.grer.fr>

Page Facebook : <https://www.facebook.com/greradio>

Carnet de Recherche Radio Graphy : <http://radiography.hypotheses.org/>