

Publics : rêve et réalité

Présentation Ziad Maalouf 15/02/19

Qui suis je ?



Ziad Maalouf

Cofondateur du collectif Transmission

Producteur audio Reporter

Ex-RFI Atelier des médias et Mondoblog, ex
Radio France.

ziadmaal@gmail.com



@ziadmaalouf



Ziad Maalouf



@ziadmaalouf

Retour sur 20 ans d'expérience à travers le prisme
des publics.

Prologue

Le goût du public

Madame Siret et Sabrina

Le site de rfi et le mail à Ludo
D'auditeur à producteur

ACTE I

La découverte

Le studio

Silence

Solitude

Casque

L'écriture radio

M'adresser aux auditeurs comme si je ne lisais pas.
Tout ce que m'avait enseigné Mme Siret
ne servait à rien.

Rêve

- Proximité
- Naturel
- Chaleur
- Bruit
- Auditoire

Réalité

- Distance
- Jeu
- Isolement
- Silence
- Casque

ACTE II

La pratique

Deux univers distincts

Le direct

La prod

Direct

- Communion
- Proximité
- Inclusion
- Formatage
- Simplicité

Prod

- Identification
- Imaginaire
- Maîtrise
- Liberté
- Mystère

ACTE III

De nouveaux horizons

Les possibles du web

Participatif

Développements

Ecrit / Vidéo

Archivage et seconde vie

Conversation

Réseaux sociaux

Les auditeurs deviennent des audiences.

ACTE IV

La désillusion

Le web est un espace visuel

La radio ne souffre pas de son
absence d'images

La radio se définit par son absence
d'images

Enrichir un média, c'est appauvrir
sa puissance imaginaire

Conquérir de nouvelles audiences
sans s'appuyer sur son identité est
une perte de temps... ou d'identité

Les publics de la radio ont été oubliés par les développements web des radio traditionnelles en France.

La chance de la radio est justement que c'est le seul média qui n'existe pas dans le web.

Cela signifie qu'il est le seul média qui peut prospérer dans les moments où le web n'est pas adapté.

ACTE V

Le renouveau (internet)

Les grandes dates de la production radio

1914



1954



1991



2000



2007



Internet est à l'audio ce que l'imprimerie est à l'écrit.

Avant

Diffusion hertzienne

Contraintes d'antenne

Contraintes de grilles

Séries et longue durée quasi impossibles

Conservation par archivage

Rediffusion ou accès payant

Annonces en direct et réduites

Ecoute par rendez-vous ou hasard

Après

Téléchargement à la demande

Liberté de ton, de rythme, de qualité

Durée adaptée au fond

Séries et feuilletons possibles

Conservation en ligne (replay et natif)

(Re)mise à disposition permanente

Mise à jour permanente d'annonces sur-mesure

Ecoute par abonnement

La radio de production a cru un temps que sa chance était dans le web et son caractère conversationnel, participatif...
La réalité est que sa chance est dans l'Internet qui permet une **sophistication jubilatoire** pour les audiences.

Pour la radio de direct, le web constitue une couche de communication supplémentaire mais le participatif existe depuis toujours. De même que la gratuité et l'ubiquité, ce qui rend ce média plus efficace encore que l'internet en termes d'accès.

Conclusion

La victoire du rêve

On a cru à tort que l'Internet allait être un moteur pour rendre le média radio plus charnel, concret, réel. En fait c'est tout l'inverse. La radio prospère avec l'Internet car elle n'est pas incarnée. Elle prospère car elle offre un imaginaire non visuel, non physique, au public qui est gavé d'images.