



UNIVERSITÉ
LAVAL

Faculté des lettres et des sciences humaines
Département d'information et de communication

APPEL À COMMUNICATION

La radio dans l'univers audio

Expressions, concurrences et contextes

10^e Colloque international du GRER

(Groupe de recherches et d'études sur la radio)

Organisé en partenariat avec le Département d'information et de communication

Université Laval : du 9 au 11 novembre 2022, Québec (Canada)

Le GRER, conformément à son objet de recherche, organise son dixième colloque international en axant les réflexions sur les nouvelles formes sonores et les mutations de la radio dans l'univers audio.

Au-delà du support ou du canal de transmission qui varie et évolue au gré des technologies, l'une des caractéristiques majeures de la radio est le son diffusé simultanément à un ensemble d'auditeurs. Même si cette caractéristique majeure peut être remise en cause désormais avec la délinéarisation du flux et le contrôle du direct par l'auditeur que permet la radio numérique ou avec des diffusions simultanées et à la demande uniquement par le biais d'applications numériques ou de réseaux sociaux comme Clubhouse, WhatsApp, Facebook, etc., la taille extrêmement variable de cet ensemble d'auditeurs permet de couvrir un large spectre allant des radios de masse aux radios de niche. Le « boom de la radio amateur » qu'anticipait, dès 2004, le journaliste de BBC Ben Hammersley avec la croissance phénoménale de ce qu'il appelait la « révolution audible »¹ se constate de manière continue, ces dernières années, avec l'engouement pour la création et l'écoute des podcasts qu'ils soient natifs (contenus audio originaux) ou offerts en *replay radio* (contenus écoutés après leur passage à l'antenne). Ce vif intérêt (Bouton, 2020) se traduit également par la naissance de nouvelles formes de radios qui se revendiquent d'être des « *pure players* sonores »² ou des radios à la demande. Les modèles économiques de ces nouvelles structures médiatiques sont loin d'être stabilisés. À cela, s'ajoute, par exemple, la tendance actuelle de plus en plus portée – surtout dans les pays du Nord – vers la production de contenus radiophoniques enrichis, à l'intégration de l'image et de la vidéo dans la production radiophonique numérique, à la production d'une radio filmée et par conséquent à la transformation profonde du traditionnel studio de radio. Cet engouement et cet élargissement de l'univers audio sont des réalités de plus en plus documentées qui ne souffrent plus de

¹ C'est le titre de l'article de Ben Hammersley à qui l'on attribue la paternité du mot « Podcast » : <https://www.theguardian.com/media/2004/feb/12/broadcasting.digitalmedia>

² Dans ce concept non encore stabilisé, l'on pourrait citer les plateformes exclusivement dédiées au son et à la voix (comme Arte Radio, Transistor Média, Louie Média, etc.) ou encore les plateformes de diffusion de musique en streaming comme Spotify, Deezer ou autres.

contestation dans le secteur médiatique. Mieux, les données médiométriques prennent en considération ces nouvelles formes sonores en termes d'usages qui sont scrutés à la loupe par les acteurs du milieu.

Comment la radio s'adapte-t-elle à l'engouement et à l'élargissement de l'univers audio ? Telle est la question principale qui sera traitée lors de ce colloque international qui réunira autant des chercheurs que des praticiens et artisans du son.

Les communications, possiblement transversales, pourront porter sur :

- les nouveaux modes d'expression et de création sonore, avec de nouvelles grammaires, de nouvelles écritures et de nouveaux formats ;
- les concurrences auxquelles les radios doivent faire face, notamment l'élargissement de l'univers audio via les écrans, la vidéo, ou les plateformes de streaming ;
- le renouvellement du ou des contextes de la radio et son impact sur l'information, les thèmes traités, le rapport aux auditeurs.

1. Expressions

La radio qui a récemment célébré son premier centenaire d'existence a toujours su s'adapter à toutes les formes d'innovation technologique intervenues dans l'univers des médias. La multiplicité des possibilités de création audio, la réduction des coûts de production, l'accessibilité de plus en plus importante aux téléphones intelligents (smartphones) et aux tablettes électroniques, aux réseaux sociaux et à toutes les possibilités offertes par les technologies numériques élargissent et modifient l'univers audio. La création radiophonique s'en trouve affectée puisque la conception et la diffusion des émissions prennent en compte ce nouvel environnement – podcasting, webcasting, simulcasting, webradio – avec des implications autant au niveau de la grammaire sonore, des manières de raconter que des formats proposés. La radio garderait une spécificité, une qualité qui lui est essentielle ? Comment la radio s'adapte-t-elle à ces enjeux d'élargissement de l'univers audio ? Quelles sont les stratégies qui permettent à la radio et à ses acteurs de se réinventer et d'innover ? Avec quels défis ? Des propositions qui posent les enjeux de découvrabilité du programme radiophonique et des modalités de consommation et de diffusion de l'audio, désormais plurielles, sont attendues. Des analyses pourront porter sur la manière dont le son reconfigure et reformate l'univers radiophonique et comment ce dernier élargit les possibilités d'écoute et de consommation pour les auditeurs autant que pour la radio elle-même. Des réflexions qui portent spécifiquement sur l'objet sonore, ses variations, sa périodicité, son étrangeté, sa temporalité, son pouvoir informationnel ou esthétique, sa capacité à créer du lien ou de desservir les communautés diverses sont également les bienvenues.

2. Concurrences

Avec l'élargissement de l'univers audio, se poseront nécessairement des interrogations concernant le rôle des écrans, de l'image et de la vidéo dans leur rapport au son radiophonique. L'existence ou non des relations de complémentarité, de collaboration et/ou de cannibalisation pourra être étudiée. Par-delà, il s'agira de questionner plus généralement la pertinence du concept de radio à travers ses marqueurs de spécificité, entre autres le son, possiblement en comparaison avec les autres médias et d'illustrer cette tendance de l'outil radiophonique à miser sur le sonore pour conquérir de nouveaux publics. À titre d'illustration, les mesures d'audience indiquent, ces dernières années, une forte proportion de jeunes dans le lot de ceux qui n'écourent pas ou plus la radio traditionnelle. En revanche, les jeunes figurent en bonne place parmi ceux qui développent de nouvelles habitudes d'écoute qu'offre l'univers audio. Par exemple, on pourra se demander comment les radios musicales résistent au déplacement de l'audience

juvénile des plateformes de streaming comme Spotify, Deezer ou autres. Comment la radio se positionne-t-elle par rapport aux autres concurrents de l'univers audio (podcasts, assistants vocaux, audio social, etc.) ? L'offre radiophonique se renouvelle-t-elle avec des propositions innovantes ou se contente-t-elle de suivre la tendance en important des manières de faire ou des modèles en vogue dans l'univers audio ?

Des travaux qui mettent en lumière les hybridations ou des stratégies d'incorporation de nouveaux publics à travers de nouvelles formes sonores seront les bienvenus. Des études empiriques réalisées dans différents espaces géographiques (Europe, Amérique, Afrique, etc.) sont attendues et contribueront à l'approfondissement des connaissances en la matière.

3. Contextes

La maladie à coronavirus (Covid-19) a mis à l'épreuve l'ensemble des certitudes autour desquelles a toujours fonctionné l'humanité. Elle a modifié un temps les mécanismes habituels de production de l'information et la pratique des médias par les publics. Le parallèle entre l'évolution du média radio et celle d'un virus qui mute et s'adapte en s'appuyant sur son environnement plus qu'en subissant ses règles (Bordier, Kirchner et Nussbaumer, 2012) prend tout son sens ici. Comment les acteurs de l'écosystème radiophonique ont-ils réagi à la chute des niveaux d'écoute de la radio constatée dès le début de la pandémie en raison du confinement imposé et de ses effets sur les trajets professionnels, moments d'écoute privilégiés de la radio ?

Si le phénomène de la désinformation n'est pas nouveau en soi, les incertitudes engendrées par la Covid-19, le besoin de rassurer ses proches, l'isolement et le développement des applications de voix ont contribué à la production et à la circulation d'un nombre impressionnant de fausses nouvelles et particulièrement dans l'univers audio. Tout le monde a contribué à alimenter les polémiques parfois complotistes (Chevrel, Éveillard, 2021).

Dans cet axe, nous encourageons des propositions qui explorent la contribution des radios, en raison de leur spécificité, à cette lutte contre les fausses informations. Des études de cas portant sur initiatives comme *Wa FM*, une webradio participative diffusée en Côte d'Ivoire sur la messagerie *WhatsApp* pour lutter contre les fausses nouvelles liées au coronavirus³ ou le réseau social alternatif Clubhouse lancé en période de distanciation sociale et qui est un mélange de podcasting audio, de radio parlée et de conférence téléphonique (Strielkowski, 2021) pourront être proposées. À travers cet axe, nous attendons des propositions qui explorent ces adaptations innovantes parfois nécessaires et ingénieuses que les médias en général et particulièrement les radios ont dû faire pour continuer de produire et d'intéresser leurs publics. Nous attendons également des études de cas sur le rôle de la radio dans le cadre de la diffusion d'information et, spécialement, de la diffusion des informations de vulgarisation scientifique pendant la pandémie.

³ Wa FM est retenue comme une initiative innovante par Reporters sans frontières (RSF) dans sa liste des 30 « héros de l'information » au temps du coronavirus (<https://rsf.org/fr/actualites/les-heros-de-linformation-au-temps-du-coronavirus-le-journalisme-peut-sauver-des-vies>).

Soumission des propositions

Les personnes intéressées à participer à ce colloque international doivent faire parvenir un résumé de **300 à 500 mots** exposant leur problématique, leur méthodologie et, le cas échéant, les résultats anticipés.

Les propositions doivent être transmises par courriel, avant le **25 février 2022**, à l'adresse colloque2022.grer@gmail.com. Veuillez indiquer votre nom et vos références (affiliation, université ou institution, adresse électronique, numéro de téléphone et titre de communication) dans le corps de votre message.

Une réponse sera donnée au plus tard le **6 mai 2022** par le comité scientifique, après un processus d'évaluation en double aveugle.

Comité d'organisation :

Henri Assogba, Université Laval
Atassé Kodjo Koulété, Université Laval
Wisnique Panier, Université Laval
Marie-Laurence Rancourt, [Magnéto](#)
Xavier Kronström Richard, [Grand Public](#)

Comité scientifique :

Frédéric Antoine, Université catholique de Louvain
Henri Assogba, Université Laval
Pierre Bélanger, Université d'Ottawa
Colette Brin, Université Laval
André Breton, Université du Québec à Montréal
Renaud Carbasse, Université Laval
Jean Charron, Université Laval
Jean-Jacques Cheval, Université Bordeaux Montaigne
Étienne Damome, Université Bordeaux Montaigne
François Demers, Université Laval
Séverine Equoy Hutin, Université de Franche-Comté
Anne-Caroline Fiévet, École des hautes études en sciences sociales
Hervé Glevarec, Université Paris Dauphine-PSL
Pergia Gkouskou-Giannakou, Université Clermont Auvergne
Isabel Guglielmone, Université de Compiègne
André Éric Létourneau, Université du Québec à Montréal
Charles Moumouni, Université Laval
Dominique Payette, Université Laval
Albino Pedroia, Institut d'études politiques de Paris
Sébastien Poulain, Université Bordeaux Montaigne
Pascal Ricaud, Université de Tours
Nozha Smati, Université de Lille
Thierry Watine, Université Laval
Pierre Morelli, Université de Lorraine
Fredj Zamit, Université de la Manouba, Tunisie
Annie Lenoble-Bart, Université Bordeaux Montaigne

Bibliographie indicative :

« Conditions de production d'un podcast sur les masculinités », *Le Temps des médias*, 2021/1 (n° 36), p. 242-245. DOI : 10.3917/tm.036.0242. URL : <https://www.cairn.info/revue-le-temps-des-medias-2021-1-page-242.htm>

Allouch Annabelle, Muller Caroline, « « Au nom des connards » ? Esquisse d'une analyse de la réception du podcast de Victoire Tuillon », *Le Temps des médias*, 2021/1 (n° 36), p. I-XXII. DOI : 10.3917/tm.036.0243. URL : <https://www.cairn.info/revue-le-temps-des-medias-2021-1-page-I.htm>

Serge Armel Attenoukon. L'usage de « capsules post MOOC » et des podcasts à l'Université d'Abomey-Calavi, *Distances et médiations des savoirs* [Online], 17 | 2017, Online since 20 March 2017, connection on 17 November 2021. URL: <http://journals.openedition.org/dms/1752> ; DOI: <https://doi.org/10.4000/dms.1752>

Antoine, Frédéric. Analyser la radio : Méthodes et mises en pratique. De Boeck Supérieur, 2016.

Arnheim, Rudolf. Radio. Van Dieren Editeur, 2005 [1936].

Bordier Romain, Kirchner Aloïs, Nussbaumer Jonathan. *Radio numérique : qui nous réveillera dans 10 ans ?*, Mémoire de fin d'études, Paris : Mines ParisTech, 2012.

Bouton Rémi. Podcast : le grand retour du son, *Nectart*, 2020/1 (N° 10), pp. 96-103. DOI : 10.3917/nect.010.0096. URL : <https://www-cairn-info.acces.bibl.ulaval.ca/revue-nectart-2020-1-page-96.htm>

Chevrel Stéphanie, Éveillard Anne. Covid-19 : une crise sous l'emprise des réseaux sociaux. *Les Tribunes de la santé*, 68, 2021, pp.95-103. <https://doi.org/10.3917/seve1.068.0095>

Cohen Évelyne. "Podcasting: From replay to the creation of audio podcasts", *Sociétés & Représentations*, 2019/2 (No 48), p. 159-167. URL: <https://www.cairn-int.info/journal-societes-et-representations-2019-2-page-159.htm>

Equoy Hutin Séverine, Deleu Christophe (dir). Dossier "Les renouvellements de l'écriture radiophonique : programmes, formes, contenus", *RadioMorphoses*, [En ligne], n°4 – 2019. URL : <http://www.radiomorphoses.fr/index.php/2019/01/04/lecriture-renouvelle-programmes-radiophoniques/>

Glevarec Hervé. *Libre antenne. La réception de la radio par les adolescents*. Paris/Bry-sur-Marne: Armand Colin/INA, 2005.

Glevarec Hervé. *Ma radio. Attachement et engagement. Enquête de réception auprès d'auditeurs*. Paris: INA Editions, 2016.

Gouliaéva Oxana, Dosquet Éric, Moysan Yvon, «Chapitre 9. Podcasts : nouveau storytelling», dans : , *La révolution des assistants vocaux. Comprendre les enjeux et réussir ses stratégies marketing*, sous la direction de Gouliaéva Oxana, Dosquet Éric, Moysan Yvon. Paris, Dunod, « Marketing / Communication », 2020, p. 149-167. URL : <https://www.cairn.info/---page-149.htm>

Anne Lubnau, “Récits de vie podcastés : peut-on parler de non-conformisme ?”, *Essais* [Online], 7 | 2015, Online since 26 February 2021, connection on 17 November 2021. URL: <http://journals.openedition.org/essais/6461> ; DOI: <https://doi.org/10.4000/essais.6461>

Oliveira, Madalena. L'esthétique de l'écoute. Sur la liaison de l'imaginaire radiophonique à la parole émotive. *Sociétés*, 2011, 111(1), pp. 123–130. 2011. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/soc.111.0123>).

Poulain, Sebastien, « Les postradiomorphoses : enjeux et limites de l'appropriation des nouvelles technologies radiophoniques », in Pascal Ricaud et Nozha Smati (sous la direction de), « Évolution des formats et modes d'expression radiophoniques », *RadioMorphoses*, n°2, 2017, <http://www.radiomorphoses.fr/index.php/2017/02/21/postradiomorphoses/>

Nicolas Roland and Philippe Emplit, “Enseignement transmissif, apprentissage actif : usages du podcasting par les étudiants universitaires”, *Revue internationale de pédagogie de l'enseignement supérieur* [Online], 31(1) | 2015, Online since 23 February 2015, connection on 17 November 2021. URL: <http://journals.openedition.org/ripes/932> ; DOI: <https://doi.org/10.4000/ripes.932>

Ana Isabel Reis et Fábio Ribeiro “The New Territories of the Podcast”, *Comunicação Pública* no. 31 (prévu pour décembre 2021), <https://journals.openedition.org/cp/11423?lang=en>

Schaeffer, Pierre. *Propos sur la Coquille*. Éditions phonurgia nova, 1990.

Ricaud Pascal, Smati Nozha (dir.). « Numérisation de la radio : pratiques et perspectives », *RadioMorphoses*, [En ligne], n°1 – 2016, mis en ligne le «18/11/2016», URL : <http://www.radiomorphoses.fr/index.php/2016/06/07/introduction-au-dossier/>

Smati Nozha, Ricaud Pascal (dir.). Dossier « Évolution des formats et modes d'expression radiophoniques », *RadioMorphoses*, [En ligne], n°2-2017. URL : <http://www.radiomorphoses.fr/index.php/2017/08/04/introduction/>

Strielkowski Wadim. The Clubhouse Phenomenon: Do We Need Another Social Network?, *Preprints*, 2021, 2021030503 (doi: 10.20944/preprints202103.0503.v1).

Sullivan John, Aufderheide Patricia, Bonini Tiziano, Berry Richard, Llinares Dario. Podcasting in transition: formalization and its discontents, *AoIR Selected Papers of Internet Research*, 2020. <https://doi.org/10.5210/spir.v2020i0.11150>