

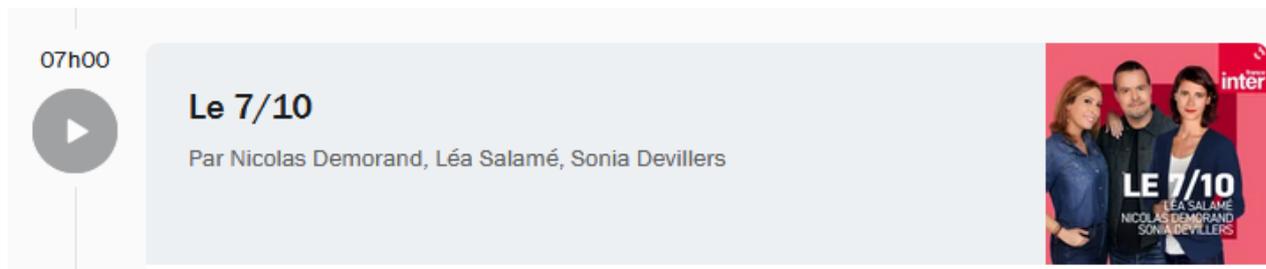
S4 – Ateliers d’analyse des radios généralistes

Étape 1 – Exploiter les 6 ressources suivantes pour compléter les informations demandées

Ressource 1 : Site Internet de France Inter : <https://www.franceinter.fr/programmes>

1/ Le 7/10, la matinale de la radio est la tranche horaire la plus écoutée de la journée.

Aller sur la grille des programmes de *France Inter*, retrouver le 7/10 et cliquer sur « afficher les chroniques » de ces trois heures d’info.



Tranches horaires	Titre de la chronique	Format de la chronique : journal / météo / revue de presse / interview / billet d’humeur / éditorial / chronique spécialisée / entretien
7h22		
7h28		
7h30		
7h43		
7h46		
7h49		
7h57		
8h00		
8h17		
8h21		
8h47		

2/ Pourquoi appelle-t-on une radio comme *France Inter*, une radio généraliste ?

.....
.....

Ressource 2 : Les grilles tarifaires des messages publicitaires de France Info et RTL

1/ Sur *RTL*, quelle est la tranche horaire où le spot publicitaire coûte le plus cher à l’annonceur publicitaire ?

.....

2/ Combien coûte le même spot publicitaire au même horaire sur *France info* ?

3/ Pourquoi une telle différence à votre avis ?

.....

4/ De manière générale, quelle est l’utilité de la publicité pour un média ?

.....

Ressource 3 : Graphique sur l’évolution des 10 plus gros annonceurs radio

1/ Parmi les 10 plus gros annonceurs publicitaires, quel type d’entreprise retrouvez-vous ?

.....

2/ Que nous dit ce document sur la cible des grandes radios généralistes ?

.....

.....

Ressource 4 : Le dictionnaire de noms propres

- 1/ Retrouver la radio *Europe 1* dans le dictionnaire. En quelle année a-t-elle été fondée ?
 - 2/ Qui contrôlait *Europe 1* de 1959 à 1986 ?
 - 3/ Qu'est-ce que ça signifie concrètement ?
-

Ressource 5 : Infographie Médias français. Qui possède quoi ?

- 1/ Qui est le propriétaire de *RMC* ?
- 2/ Possède-t-il d'autres médias ? Si oui, lesquels ?

Ressource 6 : Document de Jérôme Lefilliâtre, rédacteur au journal *Libération*

- 1/ Lire le document. Quel est, d'après vous, le problème majeur que peut rencontrer un journaliste qui travaille dans un grand groupe de presse ?
-
-
-

Étape 2 – Remplir la synthèse

Les radios généralistes cherchent à toucher le plus d'auditeurs possibles en traitant l'information au sens large : qu'elle soit économique,

Les formats radio :

A la radio, la tranche horaire la plus écoutée de la journée est C'est là que les journalistes traitent l'information à travers différents formats. Lorsqu'un journaliste développe les infos du jour sélectionnées par la rédaction, il présente le Lorsqu'un journaliste reçoit un invité il fait une Parfois un journaliste politique donne son point de vue sur un sujet d'actualité, il fait un Un chroniqueur peut aussi donner son avis sur un mode décalé, voir humoristique, on dit qu'il fait un Lorsqu'un journaliste passe en revue et compare l'actualité du jour lue dans les journaux, il fait une

Le modèle économique des radios

Les radios privées ont une source principale de financement :
Il y a donc des auditeurs qui écoutent la radio parce qu'ils veulent être informé et il y a des annonceurs qui veulent toucher ses auditeurs pour leur vendre des produits.
Les radios publiques se financent également grâce à la Elles ont donc une mission de service public.

L'appartenance des radios à des grands groupes de presse

Toutes les radios appartiennent à de grands groupes de presse, exceptés
.....
Les enjeux de l'indépendance des journalistes peuvent se poser pour un média : la liberté éditoriale et la liberté de critiquer son patron peuvent faire l'objet d'une du propriétaire ou d'une du journaliste lui-même.