Médias : Pourquoi la radio s’intéresse aux réseaux sociaux ?

Bibliothèque publique d’information – notre réponse du 05/12/2016, *actualisée* ***le 14/04/2022*****.**



Les radios ne se contentent plus aujourd’hui leurs canaux traditionnels. Elles investissent les plateformes de médias sociaux. Pourquoi ce besoin d’y être présentes ? Les réseaux sociaux, moyens de communication en plein essor, représentent-ils une menace pour les opérateurs radiophoniques ?

La radio et le journalisme en évolution

Documentaires

Le journalisme numérique d'Alice Antheaume, Presses de Sciences Politiques, 2016.
Résumé :
« Qui peut encore se prétendre journaliste « papier », « radio » ou « télé » sans considération pour le numérique ? Donc à l'ère des réseaux sociaux, des smartphones et du big data, ***les rédactions ne cherchent pas seulement des reporters accomplis, mais notamment des virtuoses du Web****. Aujourd'hui, tout journaliste doit savoir enquêter en ligne, se repérer parmi des milliers de données, délivrer des informations en continu, jongler avec les temporalités – le temps réel, le replay. Il doit aussi savoir calibrer les contenus pour tous les écrans, œuvrer à leur diffusion et cohabiter avec des algorithmes « bien plus puissants que les plus puissants des directeurs de rédaction », etc. Commencée il y a quinze ans, la migration des savoir faire journalistiques vers les contrées numériques a révolutionné les métiers de l'information. Et elle est loin d'être achevée. »*

Manuel de journalisme. Blogs, réseaux sociaux, multimédia, info mobile de Marks Briggs, Editions Eyrolles, 2019.
Résumé :
« Présentation illustrée d'exemples, des outils et des techniques du web et du numérique appliquées au journalisme : comprendre et utiliser les outils du numérique, publier sur les réseaux sociaux, devenir journaliste mobile, le storytelling visuel, le journalisme audio, le datajournalisme… Cette édition met l'accent sur les CMS, le microblogging, les réseaux sociaux et le community management. » ©Electre 2019

Articles en ligne

La radio de plus en plus téléphonée par Tania Kahn dans *Libération*, 09/11/2016.
Extrait :
« *Allô, la radio ? Au cours du mois dernier,* ***6,6 millions de Français ont écouté la radio sur leur smartphone****, selon Médiamétrie. Lequel smartphone se balade dans la poche de 23,8 millions de personnes, soit 46,6 % de la population. Conscientes de cette révolution, et soucieuses de ne pas louper le coche de la sacro-sainte modernité, les radios de la bande FM ont toutes misé sur ce téléphone intelligent.* »

Karim Nedjari : « L'auditeur doit être au centre de nos préoccupations » par Manu Lassabe dans *La lettre de l'audiovisuel*, 16/09/2021. Disponible au format pdf.
Extrait :
« *Pourquoi ne pas avoir retransmis toutes les émissions sport comme « Rothen s'enflamme » ou le « Super Moscato Show » en TV sur RMC Story aussi ?*
Cela viendra mais le seul souci, c'est que nous n'avons pas les droits d'images. Si nous le faisons, nous le ferons progressivement. Ce qui est sûr, c'est que toutes ces émissions vont être filmées et vont se retrouver sur les réseaux sociaux. Je pense que c'est l'avenir de cette deuxième partie, qui est très consommée notamment sur Twitter et YouTube, d'être en télévision. Mais l'enjeu est colossal parce que son investissement est important en droits d'images. »

Les réseaux sociaux, moyen de construire une relation avec les

auditeurs

Radio Don / De la nécessité d'être présent sur les réseaux sociaux sur *Radio Présence*, 28/04/2018.
C'est un extrait d'une émission de Radio Présence: Radio Don; durant lequel la responsable de la communication Sophie Lahiani parle de la nécessité pour la radio d'être présent sur les réseaux sociaux.

Des auditeurs devenus acteurs de leur radio de Tiziano Bonini dans *Le Courrier de l'UNESCO*, janvier-mars 2020.
Extrait :
« *Si les réseaux sociaux ont contribué à élargir l'audience de la radio, ils ont aussi permis de donner la parole aux auditeurs, y compris en dehors des horaires de diffusion des programmes. Lors des grands événements, ils peuvent en effet se muer en citoyens reporters en réalisant avec leurs smartphones des enregistrements audio et vidéo et les envoyer aux stations de radio, en les partageant sur Twitter ou YouTube*. »

Musique, podcast et proximité : atouts clés de la radio de Laure Osmanian Molinero dans *Médiamétrie*, 02/06/2021.
Extrait :
« *Pour découvrir de nouveaux podcasts, les auditeurs se fient bien sûr au site ou à* ***l'appli*** *qu'ils utilisent déjà mais aussi aux* ***réseaux sociaux*** *et au* ***bouche à oreille****.*
Et chez les jeunes auditeurs, les réseaux sociaux sont même le premier vecteur pour découvrir de nouveaux podcasts devant le site et l'appli ; en troisième source, ils se fient aux ***recommandations*** *de personnalités et de youtubeurs.* »

Pour en savoir plus…

Journalisme et réseaux sociaux, dossier de Nathalie Dollé, pour l'Agence Internationale de Journalistes, Octobre 2012.
Il aborde la problématique du journalisme et des réseaux sociaux. Il y a quelques points encore intéressants aujourd'hui :
– le lien entre réseaux et audiences;
– l'auto-promotion des journalistes par les réseaux sociaux.

À l'heure des réseaux sociaux, quel avenir pour le journalisme ?, par Astrig Agopian, publié dans *MAZE*, 23/04/2017.
Extrait :
« *Une certaine dépendance aux « infomédiaires » comme Facebook ou Google est en train de se créer. Des études montrent que le trafic des sites internet de médias dépend énormément d'eux. Le Temps publiait en août 2016 qu'en 2015 « 40 % des visites non directes des sites web d'information se font par Facebook, qui est devenu une plus grande source d'audience que Google ».* »
