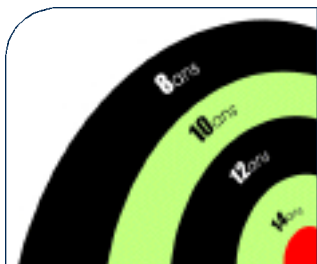


Cette fiche

- > fait partie d'une série éditée par l'association APTE ;
- > présente des activités à la fois ludiques et formatrices dans le domaine de l'éducation à l'image et aux médias ;
- > vise à développer le regard critique ;
- > s'adresse à toute personne ayant une action éducative auprès d'enfants ou de jeunes (animateur, enseignant, formateur, parent...);
- > cherche à donner des contenus précis tout en laissant l'utilisateur libre de développer son imagination pédagogique en fonction de sa situation, de ses compétences, de son public ;
- > propose, sur un même thème, une activité de "lecture"/analyse et une activité d'"écriture"/production liées entre elles.



! Au cœur de ... la radio



La radio fait partie de notre quotidien. Elle est présente dans les foyers, les voitures, les magasins, les baladeurs...

Nous y sommes tellement habitués quelle n'attire plus toute notre attention, nous l'écoutons trop souvent comme un «fond sonore». Il s'agit pourtant d'un média comme les autres, avec des objectifs, des moyens et des impératifs. En tête des audiences chez les 12/17 ans, s'affichent les «radios jeunes» (Fun radio, Skyrock, NRJ). Cette tranche d'âge est donc la cible privilégiée des producteurs et annonceurs.

Nous pouvons alors nous demander quels moyens ils utilisent pour capter l'attention des auditeurs et surtout pour «accrocher» ceux qui ne font que passer d'une onde à

une autre, les «Zappeurs».

Une heure d'antenne radiophonique est élaborée avec beaucoup de soin (malgré les apparences parfois) pour atteindre sa «cible»... Les différents modules sonores s'y enchaînent de telle sorte qu'il est difficile de dissocier les éléments les uns des autres et donc d'identifier quel est l'auteur des propos tenus.

👁️ Activité de lecture/analyse

Lecture / analyse d'images

Temps 1 :

On écoute une séquence radio enregistrée ; puis on échange les premières impressions.

De quoi se compose la séquence (publicités, jingles, promotions, etc.) ?

Qui parle ?

Connait-on l'animateur s'il y en a un ?

Les éléments sont-ils enregistrés ou en direct ?

Temps 2 :

Individuellement (ou par petits groupes en fonction du nombre) et de mémoire dans un premier temps, on va essayer de reconstituer, inventorier, sous forme de liste ou d'échelle de temps, la séquence, avec les différents éléments qui la composent...

On peut réécouter plusieurs fois, pour compléter la liste établie précédemment .

Publicité : annonce pour un produit ou un service (l'espace a été vendu à l'annonceur).

Promotion : annonce pour un produit ou un service qui fait l'objet d'un partenariat (il y a échange entre la radio et l'annonceur) ex : un concert.

Auto-promo : annonce pour une émission ou une opération réalisée par la station de radio.

Préparation :

Le meneur de jeu aura préalablement enregistré une courte séquence (1 à 3 minutes) pendant une période de forte activité sur l'antenne ; aux heures pleines, lors de la transition entre deux émissions, avant et pendant les publicités...

La séquence doit être diversifiée, une succession de disques enchaînés pendant dix minutes n'a que peu d'intérêt en matière d'écoute critique. Il est préférable de prélever la séquence sur une radio que les jeunes écoutent régulièrement.

🌀 Prolongement

On peut avoir enregistré plusieurs extraits à la même heure mais sur différentes radios. Il est alors possible de discuter de la façon dont l'animateur s'adresse aux auditeurs ; est-il agressif, condescendant, paternaliste, moqueur, respectueux, etc. ?

MUSIQUE	JINGLE PUB	ANNONCE DIRECT	PUB N°1	PUB N°2	AUTO-PROMOTION	PROMOTION	PUB N°3	JINGLE PUB	ANNONCE ENREGISTRÉE	MUSIQUE
---------	------------	----------------	---------	---------	----------------	-----------	---------	------------	---------------------	---------

Fais Voir... - A P T E - s e p t e m b r e 2 0 0 1 - n ° 7

Temps 3 :

On met en commun les éléments repérés par chaque groupe en utilisant, par exemple, un tableau, une grande feuille de papier, etc.

D'après la liste, on pourra se demander :

- de quelle nature sont les éléments qui composent l'extrait (pub, jingles, promotions, auto-promotions, informations...)
- s'ils sont bien dissociés ou enchaînés ;
- s'ils sont facilement identifiables.

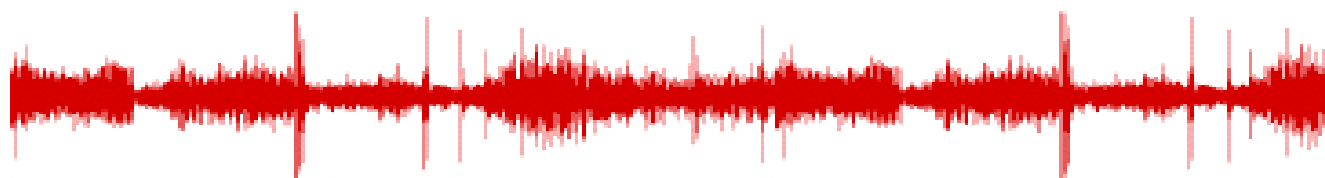
On peut alors faire une comparaison avec d'autres radios...

jingle (en français : sonal) : petit élément sonore servant à signaler le début et/ou la fin d'une séquence, d'une rubrique...



Activité d'écriture/production

Ecriture / production d'images



Avec cette activité, il s'agit de faire prendre conscience aux enfants/jeunes de l'importance des sons et du sens qu'ils peuvent transmettre (hors parole et musique).

Temps 1 :

On constitue des équipes de deux participants. Chacune d'entre elles dispose d'un magnétophone enregistreur portable. Le meneur de jeu leur propose de réaliser deux courtes séquences sonores (15 secondes chacune) afin d'exprimer deux contraires.

Attention, la parole et la musique ne devront pas être utilisées. Par exemple : rapide/lent, fort/faible, calme/agité, régulier/irrégulier.

Chaque équipe tire au sort un papier sur lequel sont inscrits les deux mots à exprimer.

Elle doit les tenir secrets jusqu'à l'écoute en groupe (temps 3).

Temps 2 :

Les équipes partent enregistrer leurs séquences.

Temps 3 :

On écoute en commun.

Les équipes ne disent rien des contraires qu'elles devaient exprimer.

Les autres participants donnent leurs impressions.

On redonne la parole à l'équipe « auteur » pour dévoiler ses intentions et évoquer les éventuelles difficultés qu'elle a rencontrées...



Variantes

Demander aux participants d'exprimer des notions plus abstraites (par exemple : des sentiments).



Prolongement

Demander aux équipes de recréer un environnement sonore caractéristique grâce à une série de 5 sons. Par exemple : une cuisine, le métro, ... L'activité se déroule de la même façon.