# 

# Ensemble 97, Élément 6

Type: Document pratique pour radiodiffuseur

Octobre 2013

# \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Comment utiliser la musique dans un programme de radio rurale**

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Quand vous considérez le contenu de vos programmes de radio rurale, vous pensez probablement principalement à l'*information* et à la *discussion*. Et votre programme de radio rurale *devrait* offrir aux agriculteurs les informations dont ils ont besoin, et aussi l'opportunité de parler et d'être entendu.

Mais *la musique* peut aussi être importante dans votre programme de radio rurale. En voici les raisons.

* Les agriculteurs écoutent tant pour l'*information* que pour la *connexion émotionnelle*. La musique peut beaucoup contribuer à cette connexion émotionnelle.
* Les agriculteurs aiment entendre un son régulier qui leur dit que quelque chose d'important est sur le point d'arriver. La musique peut procurer un tel son.
* Les agriculteurs peuvent se lasser d'entendre un discours sans fin. La musique peut servir à l'entrecouper.
* Le discours peut mettre une pensée importante dans la tête d'un agriculteur. La musique peut aider une telle pensée à prendre racine.
* Les agriculteurs aiment entendre des sons qui reflètent leur propre vie. La musique locale joue un grand rôle dans la vie de nombreux agriculteurs.
* Certaines chansons ont des paroles véhiculant des messages importants pour les agriculteurs
* Parfois, il vous faut transmettre des informations complexes, tels que des ingrédients ou une séquence d'étapes. Mettez ces informations en chanson et elles seront plus faciles à mémoriser.

La musique peut aider à rendre votre programme de radio rurale plus efficace. Mais il faut que ce soit la *bonne sorte de musique*, et qu'elle soit jouée au *bon moment*. Voici quelques astuces concernant l'utilisation de la musique dans vos programmes de radio rurale.

**Utilisez la musique pour initier le contact avec votre auditoire**

Dick Miller, producteur de documentaires radio à la Société Radio Canada, a récemment réalisé une série de programmes pour le réseau, sur le cerveau. Voici ce qu'il a dit à RRI:

*La chose importante, c'est qu'avant de penser, nous ressentons. Cela est important pour tout ce que nous faisons en radiodiffusion. Parce que nous ressentons avant de penser, il est important qu'il y ait un contenu émotionnel dans ce que nous faisons. C'est pourquoi nous rapportons des histoires sur des personnes, ce qui nous fait ressentir des choses. Cela nous aide à analyser les informations que nos personnages présentent. Même chose avec la musique. Le ton émotionnel approprié nous aidera à ressentir plus et à mieux comprendre.*

**Choisissez de la musique qui plaise à vos auditeurs**

Il se peut que vous soyez un producteur radio de sexe masculin, âgé de 25 ans, qui aime la musique rock africaine. Cependant l'auditoire-cible pour votre programme de radio rurale pourrait être composé d'agriculteurs plus âgés qui ne voient pas votre genre de musique de façon positive. Le programme de radio rurale n'est pas l'endroit où vous vous devriez diffuser vos musiques préférées. Déterminez le genre de musique que votre auditoire-cible apprécie. Et diffusez-la.

**Utilisez de la musique pour confirmer l'attitude positive de votre programme vis-à-vis des petits exploitants agricoles**

Votre station offre un programme de radio rurale parce qu'il croit que les petits agriculteurs sont importants. Votre choix de musique, qu'il s'agisse de morceaux intégraux ou de clips courts, devrait refléter cette attitude positive et optimiste.

**Utilisez la musique pour rassembler votre auditoire**

Beaucoup de programmes de radio rurales commencent avec un indicatif musical, qui est un identifiant (ou signature) qui dit aux auditeurs que le programme choisi est sur le point de commencer. L'indicatif musical peut donner aux auditeurs le temps de se rapprocher de leur poste radio ou de celui de leur voisin, ou donner à l'agriculteur le temps de calmer les enfants afin de pouvoir écouter plus attentivement. Puisqu'un programme de radio rurale parle d'opportunités et d'espoir, l'indicatif musical devrait refléter cet état d'esprit. Il peut être instrumental ou vocal, traditionnel ou moderne, selon les préférences de vos auditeurs. Certains indicatifs musicaux sont enregistrés dans le village - chansons chantées par les femmes, par les hommes, sur leur vie en tant qu'agriculteurs.

**Utiliser la musique pour terminer votre programme**

Vous pourriez aussi considérer faire passer l'indicatif musical d'ouverture (ou un indicatif différent) à la fin de votre programme de radio rurale. S'il ne comporte pas trop de paroles, il peut servir de « lit » confortable sur lequel vous pouvez présenter la conclusion de l'épisode, faire la promotion de l'épisode de la semaine suivante, remercier les agriculteurs qui ont participé à l'épisode de la semaine, et remercier vos auditeurs. Encore une fois, la bonne musique renforcera le lien émotionnel entre votre programme et ses auditeurs, et contribuera à leur rappeler pourquoi il devraient l'écouter la prochaine fois.

**Utilisez la musique pour véhiculer un message**

Certaines chansons ont des messages forts au sujet des pratiques agricoles, ou sur le VIH et le sida, ou un autre sujet. Ces chansons peuvent très bien marcher à la radio. Mais utilisez-les prudemment. N'amoindrissez pas leur efficacité en les diffusant trop souvent.

**Utilisez des chansons dont les auditeurs peuvent comprendre les paroles**

Si vous diffusez une chanson parce que ses paroles sont importantes, écoutez la chanson à l'avance et décidez si les paroles seront compréhensibles pour vos auditeurs. Si non, ne la diffusez pas - ou diffusez-la et donnez des directives sur ce qui est dit.

**Accordez-leur une pause**

Quand vous venez de faire passer une longue entrevue et que l'item suivant est une autre longue entrevue, accordez une pause à vos auditeurs! Diffusez quelque chose de léger pour faire baisser la tension, ou simplement pour donner du répit aux auditeurs qui doivent être particulièrement attentifs durant la diffusion des entrevues.

**Utilisez la musique pour donner à vos auditeurs le temps de ressentir une émotion**

Quand vous devez faire passer une entrevue délicate avec une mère dont l'enfant est mort à cause d'une eau polluée, diffusez une musique instrumentale apaisante. Donnez à vos auditeurs le temps d'absorber la douleur ressentie par cette mère avant de passer à quelque chose de plus animé.

**Utilisez la musique pour identifier une rubrique régulière**

Si vous présentez les prix du marché pour les produits agricoles chaque semaine, les agriculteurs ne voudront certainement pas manquer ça. Faites passer un bref clip d'une musique enjouée pendant quelques secondes avant le rapport sur le marché. Cela attirera l'attention, même celle des agriculteurs qui pourraient s'être éloignés de leur radio. Voici un commentaire sur l'utilisation de la musique pour une rubrique régulière différente; ce commentaire a été fait par un radiodiffuseur et gestionnaire malien expérimenté:

*Quand j'étais animateur à la radio, dès que nous entamions une chanson d'Oumou Sangare sur la mort dénommée « SAMAGNI », toute la communauté prêtait attention, car c'était le début de l'annonce d'un avis de décès. (Mobido Coulibaly, RRI, Mali)*

**Utilisez la musique pour aider les agriculteurs à se souvenir de quelque chose d'important**

Parfois, les agriculteurs ont besoin de se souvenir d'informations complexes, telles que des ingrédients d'un insecticide-maison, ou des mesures d'espacement pour planter en rangées. Aidez-les à les mémoriser en créant une courte chanson ou « jingle » qui couvre tous les points principaux. Dans les épisodes futurs, vous pouvez insérer cette petite chanson de façon répétée pour aider vos agriculteurs à mieux se rappeler l'information. Organisez un concours et demandez aux auditeurs de composer le jingle. En guise de prix, laissez-les faire gratuitement des annonces à leurs amis.

**Soyez sensible à ce qui vient de se passer en ondes**

Vous avez choisi de la musique pour votre prochain épisode, et cela inclut une chanson comique qui va être diffusée à une heure spécifique. Cependant, à la dernière minute, vous obtenez une entrevue avec la mère qui a perdu son enfant à cause de l'eau polluée. Assurez-vous de remplacer cette chanson drôle par quelque chose de plus approprié.

**Optimisez une musique traditionnelle pour la rendre plus attrayante**

Les chants traditionnels sans musique instrumentale sont très bons, mais il n'y a rien de mal à les rendre encore meilleurs pour un public plus vaste. Voici des conseils de la part d'un vieux pro:

*Une chose que nous avons essayé de faire avec succès à ACS a été d'enregistrer des chants de femmes du village et d'ajouter guitares, clavier et tambours dans le studio, avec un produit final tel qu'il semblait que les femmes étaient venues en studio pour chanter avec l'accompagnement instrumental. La fusion est magiquement ethnique mais la saveur est afro-contemporaine. (Marvin Hanke, Audio Clinic Studio, Blantyre, Malawi)*

**Diversifiez**

Tout le monde n'aime pas le même genre de musique, et les agriculteurs ne sont pas différents des autres gens. Voici un conseil venant d'un diffuseur canadien ayant une longue expérience en matière de radio rurale:

*Faites varier le type de musique sélectionnée: vocalisations, musique instrumentale, chorales de village, etc., car vous ne trouverez jamais un morceau de musique, ou un style de musique, qui soit la préférence de tout le monde. Même certains Écossais n'aiment pas la cornemuse! (Glenn Powell, Société Radio Canada, retraité)*

**Faites ressentir l'ambiance du village et de la vie agricole par la musique et par le discours**

Voici une autre expérience vécue au Mali:

*Pendant les reportages dans les communautés, nous étions accueillis par les femmes avec des chansons d'accueil accompagnées seulement d'applaudissements. Et c'etait la musique d'introduction pour la visite dans ce village.*

**Ayez une bonne raison pour associer une chanson à un discours**

Le simple fait de connaître une sélection musicale contenant un mot important figurant dans un discours n'est pas une raison suffisante pour la diffuser. Voici un conseil formulé par un animateur respecté du Réseau de Radio de la Société de Radio Canada, qui utilise une chanson australienne populaire pour illustrer cette notion.

*Ne diffusez pas systématiquement « de la musique kangourou ». Si un item parle du braconnage de kangourous, ne faites pas automatiquement passer « Tie me kangourou down, sport » juste parce que vous connaissez ce morceau. Cette chanson pourrait ne pas être dans le même ton, le même esprit et pourrait ne pas avoir la même signification que le discours et que le programme. (Shelagh Rogers, Société Radio Canada)*

D'un autre côté, vous pourriez tout à fait décider de faire passer « Tie me kangaroo down, sport » juste pour rire! Mais réfléchissez bien avant de décider si vous allez l'utiliser.

**Utilisez la musique pour susciter un esprit de loyauté de la part du public**

Si votre émission régulière est suffisamment longue, invitez les auditeurs qui viennent de vivre un événement important dans leur vie (mariage, naissance d'un enfant, succès agricole) à sélectionner un morceau de musique à faire passer dans le programme.

**Utilisez la musique pour créer un sentiment d'expérience partagée parmi vos auditeurs**

Quand vous diffusez de la musique appréciée de la plupart des auditeurs, le fait qu'ils partagent cette appréciation de la musique se convertira en un sentiment d'appréciation partagée de votre programme.

**Musique *plus***

Bien que cet item traite essentiellement de *musique*, n'oubliez pas que d'autres sortes de sons font l'affaire tout aussi bien que la musique, pour certaines parties d'un programme de radio rurale. Par exemple, le clip qui annonce le rapport hebdomadaire sur le marché pourrait être un enregistrement de sons du marché local durant quelques secondes. Ou bien il pourrait s'agir de sons de commerçants du marché criant les prix de leurs produits. Cela pourrait aussi être le son de chèvres parquées en train de braire, ou le son d'une mère marchandant des prix au marché. Allez-y et enregistrez des sons de villages et de jardins, de réunions, de pluie torrentielle, de rivières et de ruisseaux, de vent qui siffle à travers champs, d'agriculteurs en train de sarcler et de rire et de parler entre eux. Écoutez ensuite attentivement et sélectionnez des clips qui pourraient plaire aux auditeurs. Il se peut que vous n'utilisiez la plupart des clips qu'une ou deux fois, mais certains pourraient être des « classiques » que vous pouvez utiliser de façon régulière.

**Remerciements**

Rédigé par: Doug Ward. Doug Ward est président du Conseil d’administration de *Radios Rurales Internationales* (RRI). Il a été réalisateur radiophonique, gestionnaire de station, directeur régional et vice-président de la Canadian Broadcasting Corporation (CBC).

L’ébauche a été améliorée par les contributions de :

* Modibo Coulibaly est directeur régional pour l’Afrique de l’Ouest de RRI/FRI (Farm Radio International). Il a fondé Radio Fanaka à Fana, au Mali, et a été un des fondateurs de l’Alliance des radios communautaires du Mali (ARCOM).
* Havoc Franklin est directeur de l’élaboration des émissions locales à la CBC.
* Marvin Hanke est directeur, Audio Clinic Productions, à Blantyre, au Malawi. Il a été réalisateur à la Malawi Broadcasting Corporation et directeur général de Story Workshop.
* Dick Miller est réalisateur radiophonique pigiste et formateur. Il a été réalisateur de documentaires radiophoniques à la CBC.
* David Okidi est gestionnaire du projet *Business for Peace*, chez International Alert, à Kampala, en Ouganda. Il est directeur de la station ABS FM et a été gestionnaire de station de Mega FM. David est membre du Conseil de RRI.
* Glenn Powell est rédacteur pigiste et expert-conseil en communications. Il a été diffuseur agricole et reporteur radiophonique national à la CBC. Il est membre du Conseil de RRI.
* Wendy Robbins est réalisatrice radiophonique pigiste et réalisatrice retraitée de la radio de la CBC.
* Shelagh Rogers est animatrice/réalisatrice de réseau à la radio de la CBC.
* Jacqueline Toupin est experte-conseil en médias et en communications à Ottawa. Elle a travaillé en développement et en communications, pour la radio et la télévision, au Canada, au Mozambique, au Timor oriental et en Suisse. Elle est membre du Conseil de RRI.

 Programme réalisé avec l’appui financier du gouvernement du Canada accordé par l'entremise du ministère des Affaires étrangères, du Commerce et du Développement (MAECD)