

# Radio Campus Grenoble : la radio associative, héritière des radios libres ?

Raphaëlle Viallet

► **To cite this version:**

Raphaëlle Viallet. Radio Campus Grenoble : la radio associative, héritière des radios libres ?. Litté-  
ratures. 2012. dumas-00747003

**HAL Id: dumas-00747003**

**<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-00747003>**

Submitted on 14 Nov 2012

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Mémoire professionnel

Radio Campus Grenoble :  
La radio associative, héritière des  
radios libres ?

VIALLET Raphaëlle

Maître de stage : Hélène Deschamps

Stage effectué du 9 janvier au 6 juillet 2012

Université Stendhal - Grenoble 3

Langage, lettres et arts du spectacle, information et  
communication

---

Master 2 professionnel Diffusion de la Culture

Mention Lettres et Arts du Spectacle

Année universitaire 2011-2012

Sous la direction de Yves Citton



Mémoire professionnel

Radio Campus Grenoble :  
La radio associative, héritière des  
radios libres ?

VIALLET Raphaëlle

Maître de stage : Hélène Deschamps

Stage effectué du 9 janvier au 6 juillet 2012

Université Stendhal - Grenoble 3

Langage, lettres et arts du spectacle, information et  
communication

---

Master 2 professionnel Diffusion de la Culture

Mention Lettres et Arts du Spectacle

Année universitaire 2011-2012

Sous la direction de Yves Citton

## **Remerciements**

Je tiens tout d'abord à remercier toute l'équipe de Radio Campus Grenoble, qui m'a accueillie chaleureusement et m'a encadrée de près pendant mon stage, m'accordant leur confiance, professionnellement et humainement, et en particulier Hélène Deschamps et Isabelle Stragliati, qui ont su me guider au travers de mes différentes missions, avec patience et humour.

Je remercie également tous les adhérents de l'association que j'ai eu la chance de côtoyer pendant ces 6 mois, notamment Pascale, Clémentine, David, Baptiste, et tous les autres, et Alexandre Hadade, directeur de EVE et ancien coordinateur de Radio Campus Grenoble.

Un grand merci à Yves Citton, pour son enthousiasme, sa passion et ses conseils avisés. Je ne pouvais espérer un meilleur encadrement pour la rédaction de ce mémoire.

Enfin, je souhaite remercier mon compagnon, ma famille, et mes amis, qui croient en moi et me soutiennent depuis le premier jour.

## **Sommaire**

Remerciements .....	2
Introduction.....	5
1. Les radios associatives et leurs enjeux : dignes héritières des radios libres ?.....	7
1.1 Historique des radios libres.....	7
1.1.1 Situation radiophonique française avant 1968 .....	7
1.1.2 Le basculement de mai 1968 .....	8
1.1.3 Lutttes, tensions et répressions .....	11
1.1.4 L'après 1981 .....	14
1.2 Impact social, politique et culturel des radios libres.....	17
1.2.1 Enjeux politiques et culturels .....	17
1.2.2 Impact sur le monde des médias .....	19
1.3 Les radios associatives : continuité ou nouveau schéma ?	22
1.3.1 Le média alternatif radiophonique .....	22
1.3.2 Enjeux politiques et culturels .....	23
1.3.2 Avenir et désillusions : le passage au numérique, une fausse bonne idée ? .....	26
2. Présentation de la structure .....	30
2.1 20 ans de radio associative et d'esprit campus.....	30
2.1.1 Radio Brume et Radio Campus Grenoble .....	30
2.1.2 Etat d'esprit 90.8.....	32
2.2 Une radio et un réseau .....	34
2.2.1 Historique Radio Campus France.....	34
2.2.2 Qu'est-ce qu'une "Radio Campus" ?.....	36
2.2.3 Actions du réseau .....	37

2.3 Fonctionnement de Radio Campus Grenoble .....	39
2.3.1 Equipe et pôles : le fonctionnement associatif.....	39
2.3.2 Financements .....	43
2.3.3 Partenariats pédagogiques .....	44
2.3.4 Partenariats avec les structures de l'agglomération .....	46
2.3.5 Rejoindre l'association .....	48
2.4 Missions et activités de Radio Campus Grenoble .....	50
2.4.1 Caractéristiques de la programmation : la découverte musicale et la création radiophonique.....	50
2.4.2 Formation aux médias.....	52
2.4.3 Source d'informations et vie culturelle locale.....	53
3. Le stage : une mise en application des connaissances au sein d'un apprentissage.....	56
3.1 Projet de stage .....	56
3.2 Missions confiées : leurs places au sein de l'association.....	57
3.2.1 Actions de communication interne et externe .....	57
3.2.2 Coordination de l'événementiel.....	60
3.2.3 Coordination de la vie associative .....	63
3.2.4 Assistance au pôle programmation.....	65
3.3 Mise en place des missions : réussites et limites .....	67
Conclusion .....	71
Bibliographie / Sitographie.....	73
Quelques sites de références.....	74
Annexes .....	75

## **Introduction**

Ma formation première (histoire de l'art) et mes affinités me destinaient plutôt à un poste dans le milieu de l'art, de la médiation, du commissariat d'exposition. Cependant, la réalité du marché de l'emploi dans le secteur culturel m'a fait réaliser qu'il fallait que j'étende mon champ de connaissances sur le terrain, afin d'avoir le plus de compétences possibles pour pouvoir jongler de manière transversale entre différents domaines.

Ayant été élevée dans une famille où les musiques actuelles avaient une place très importante, et étant moi-même une grande amatrice de ce style de musique, je souhaitais me tourner vers une structure dédiée à sa diffusion.

Il existe plusieurs salles, associations et événements musicaux dans l'agglomération grenobloise, de plus ou moins bonne qualité. Connaissant déjà un peu le secteur de la programmation pour avoir participé en tant que bénévole à l'organisation de concerts, je recherchais un autre aspect lié aux musiques actuelles et à la culture en général.

Suite à l'atelier de production radiophonique suivi durant le premier semestre de l'année universitaire 2011-2012, au sein du Master 2 Diffusion de la Culture, j'ai pu prendre plus amplement conscience du fait que la radio étant un média et donc un vecteur d'informations, elle échangeait également du contenu culturel. De plus, le caractère créatif de l'audiovisuel ne m'était alors jamais apparu comme une évidence.

Au cours de mes différentes expériences dans le milieu culturel, j'ai pu développer une sensibilité plus particulière aux structures associatives. Ayant particulièrement apprécié l'atelier



citée précédemment, encadré par Alexandre Hadade, alors coordinateur de Radio Campus Grenoble, et connaissant un peu cette radio, pour avoir participé quelque fois à une émission musicale, j'étais curieuse de comprendre le fonctionnement d'une structure de ce type.

Cette expérience allait m'amener à me poser des questions sur les nouvelles radios, sur quel terreau elles prenaient pied, et surtout, si oui ou non, elles étaient le reflet exact, mais 30 ans plus tard, de ces radios libres qui ont su créer un mythe autour de leur existence, de leurs engagements, de leurs figures de proue, là où les radios privées en découlant se sont souvent retrouvées noyées par l'offre, la demande, le tout commercial.

Une étude (non exhaustive) de ce phénomène était donc nécessaire, afin d'appréhender au mieux l'identité, les objectifs et les missions de Radio Campus Grenoble, et afin de savoir si mon stage allait pouvoir répondre à mes attentes et confirmer dans les faits les points communs et les divergences entre les radios libres et les radios associatives de maintenant.

Car l'histoire des radios libres est passionnante, semée d'embûches, de rêves, d'espoirs, de cuisantes défaites également. Un périple tellement riche qu'un simple sujet d'étude ne pourrait le couvrir entièrement, et un esprit tellement fort qu'il est encore aujourd'hui perpétué par les radios associatives, à leurs façons.

## **1. Les radios associatives et leurs enjeux : dignes héritières des radios libres ?**

La libéralisation des ondes en 1982 marque un tournant dans le monde des médias français. Après un long combat contre le monopole d'Etat, les initiateurs des radios libres obtiennent gain de cause, mais à quel prix ? Leur volonté d'une radio plus libre, plus diversifiée, plus en accord avec les attentes des auditeurs a-t-elle vraiment pu aboutir ? Les radios associatives, qui suivent la voie ouverte par leurs aînées pourront-elles encore survivre très longtemps face aux grands groupes, malgré les aides de l'Etat et la fidélisation du public local ?

### **1.1 Historique des radios libres**

Afin de mieux comprendre le rôle et le fonctionnement des radios associatives, et le parallèle souvent employé avec les radios libres, il est nécessaire de revenir sur l'histoire de ces dernières, qui s'est écrite petit à petit au cours des années 1970.

#### **1.1.1 Situation radiophonique française avant 1968**

Les premières radios indépendantes françaises commencent à émettre pendant l'entre-deux-guerres, dans les années 1920, mais le monopole d'Etat est rapidement rétabli au sortir de la Deuxième Guerre Mondiale, en 1945.

Cette mainmise de l'Etat sur le média radiophonique est pourtant remise en cause dès le début des années 50 avec

l'apparition de « radios périphériques ». Dotées de puissants émetteurs et utilisant la AM au lieu de la FM, c'est-à-dire des ondes longues plutôt que des ondes courtes, elles couvrent la plus grande partie de la France. Ces radios échappent au contrôle puisqu'elles se trouvent dans pays et états limitrophes à l'Hexagone : ainsi RMC (Radio Monte Carlo) émet depuis Monaco, RTL (anciennement Radio Luxembourg), depuis le Luxembourg, Europe 1 depuis l'Allemagne etc.

Il faut bien différencier ces radios de l'aventure des radios libres. En effet, loin des revendications et des systèmes de fonctionnement associatif propres aux radios pirates, les stations périphériques sont purement commerciales.

L'Office de radiodiffusion télévision française (ORTF), est mis en place en 1964, afin de remplacer la Radiodiffusion Française (RDF), créée en 1945, devenue la Radiodiffusion-Télévision Française (RTF) en 1949.

Alors que dans d'autres pays européens on voit disparaître peu à peu le monopole d'Etat en matière de télécommunications, le gouvernement français continue d'avoir les pleins pouvoirs sur les radios et la télévision. L'ORTF est certes plus indépendant que la RTF, mais sa première mission reste de définir quels programmes peuvent être ou non diffusés sur les chaînes et stations nationalisées, bloquant le passage aux tentatives d'émancipation.

### **1.1.2 Le basculement de mai 1968**

Alors que surviennent les événements de mai 1968, France Inter se voit sommé de ne pas retransmettre de reportages sur les émeutes des étudiants et des ouvriers. La censure, courante sous

l'ORTF, est une fois de plus employée afin de désinformer le citoyen et de rétablir l'ordre.

Mais les radios périphériques Europe 1 et RTL sont sur le terrain. C'est d'ailleurs Europe 1 qui annonce la construction de la première barricade le 10 mai 1968, et RTL prêtera son matériel, les radios-téléphones, pour établir le contact entre les étudiants et l'Education Nationale lors de négociations. Ces « radios-barricades », comme on les appelle alors, laissent la parole aux manifestants, sans pour autant prendre de parti pris favorable.

La radio reste néanmoins, avec la télévision, les cibles médiatiques préférées des émeutiers. Des affiches créées dans les ateliers des Beaux-Arts fleurissent sur les murs de France, reprenant des slogans chocs tels que « La radio ment », « L'intox vient à domicile » ou encore « ORTF, la voix de ton maître », dénonçant l'omniprésence de l'Etat dans l'information, et surtout le contrôle total de celle-ci.

Mais le gouvernement étant trop occupé à tenter de maîtriser la télévision, l'agitation gagne France Inter. Le 13 mai 1968, les journalistes de la station de l'ORTF refusent d'appliquer la censure qui leur est imposée, et laissent la parole à l'opposition. Cette rébellion interne coûtera cher à la radio, puisque des sanctions sévères suivront, avec des licenciements massifs de journalistes. La radio bascule alors de média officiel à média citoyen, la crise accélérant la nécessité d'une libération de la parole affranchie du pouvoir en place. Le Général de Gaulle saisit bien l'impact des ondes dans cette révolution moderne et décide donc de s'adresser aux Français non plus par voie télévisuelle, mais par le biais de la radio, comme pendant la Résistance.

Par la suite, les sujets se libéralisent un peu sur les différentes stations déjà existantes. Un nouvel élan est donné, dans lequel s'engouffreront quelques mois plus tard les radios libres. Sur Europe 1, un programme comme « Campus » traite de l'homosexualité, de l'IVG, de la drogue, autant de sujets tabous jusqu'alors dans une société française conservatrice. On voit se multiplier les émissions ouvertes aux auditeurs, comme « Le Téléphone Sonne » sur France Inter, encore à l'antenne aujourd'hui. Claude Villers, journaliste et animateur travaillant pour l'ORTF au milieu des années 60, dira : « Ce n'est plus vous qui écoutez la radio, c'est la radio qui vous écoute ». Malgré tout, l'espace accordé aux auditeurs reste mince, et ne correspond pas toujours à des attentes de plus en plus exigeantes en termes de qualité et de nouveauté. Il se résume à des émissions de psychologie ou « de confidences » ayant lieu au milieu de la nuit.

Les années 70 voient apparaître une explosion du milieu associatif. Une demande de plus en plus grande d'un média alternatif à la radio d'Etat et aux radios périphériques se fait entendre. Les Pays-Bas sont le seul pays d'Europe (occidentale) qui autorise les radios privées.

La France commence à suivre la trace de radios pirates initiées en Grande-Bretagne et en Italie. En 1969, Radio Campus Lille fait son apparition : pionnière des radios libres, elle reste cependant une des moins connues de son époque, car moins médiatique et subversive que certaines de ses camarades. En 1970 son champ d'émission couvre un périmètre de 5 km autour du campus de Lille, et les programmes ont lieu aux heures de pause des étudiants. En 1970, une nuit entière est dédiée à la mémoire de la mythique Radio Caroline. Cette station britannique prendra le large en 1964 sur un cargo amarré en pleine mer du Nord, et

fera un véritable pied-de-nez à la BBC, l'obligeant à modifier ses programmes musicaux pour enfin laisser une place à la *pop music*. Elle sera contrainte au silence en 1968 après son abordage par les forces armées (elle reprendra son activité quatre ans plus tard, et ce jusqu'en 1990, toujours *offshore*). On verra par la suite apparaître en Grande-Bretagne des stations régionales et en 1972, la BBC autorisera la création de radios commerciales locales. Cette expérience légendaire donnera même naissance à un film en 2009, réalisé par Richard Curtis, *The Boat That Rocked (Good Morning England)*.<sup>1</sup>

Quant à l'appellation « radio libre », elle verra le jour en Italie. La libéralisation des ondes en 1976 permettra aux initiateurs de radios libres françaises de se fournir en matériel transalpin, afin de pouvoir émettre sur leur territoire (matériel saisi la plupart du temps). C'est Radio Alice, à Bologne, qui sera la chef de proue de ce large mouvement très ancré politiquement, à l'extrême-gauche. Ce qui effraiera d'ailleurs le gouvernement français, pensant voir arriver une vague « rouge » lorsque les radios pirates se déploieront en France.

### **1.1.3 Luites, tensions et répressions**

En 1974, le président Valéry Giscard d'Estaing fait éclater l'ORTF, qui est remplacée par sept sociétés dont Radio France, qui contrôle les radios d'Etat (France Inter, France Info, France Culture etc). Malgré cette explosion, le monopole de l'Etat sur la radio reste inchangé et inébranlable. En 1977, c'est le coup de théâtre : Brice Lalonde, candidat du parti écologique aux législatives, annonce la création et la future émission de Radio

---

<sup>1</sup> Antoine Sabbagh, *La Radio : Rendez-vous sur les ondes*, Paris, Gallimard, Collection Découvertes Gallimard - Techniques, 1995

Verte. Suite à un ingénieux canular, il fait croire en direct à la fonctionnalité de cette radio, qui n'est encore qu'un projet ébauché, mais un projet qui jalonne déjà ce que seront les radios pirates : des radios par le citoyen, pour le citoyen. Le discours de Radio Verte sera simple : « Il faut des radios à visage humain, réellement branchées sur la vie des quartiers, favorisant un regain d'initiatives locales. [...] »

Avant l'explosion matérielle, c'est une bombe théorique qui explose en 1975. Antoine Lefébure, alors jeune diplômé de la Sorbonne en histoire des communications, lance la revue trimestrielle *Interférences*, regroupant débats et articles sur la technologie, l'informatique, le satellite, et bien sûr, la radio. Support de réflexion intelligent sur le rôle des médias et la liberté d'expression, *Interférences* sera le premier espace journalistique s'intéressant réellement aux enjeux des radios pirates :

« La radio est le meilleur médium [...], n'importe qui, disposant d'un magnétophone à cassettes (450 francs) peut produire des messages sonores (musique, paroles), et dans n'importe quelle situation (exemple : usine en grève). Le seul véritable problème est politique. Aujourd'hui, c'est celui du monopole qui est d'abord et avant tout le monopole des classes dirigeantes sur les moyens de communication et d'information. »<sup>2</sup>

Puis on assiste à une prolifération des radios libres dans l'Hexagone : Radio Fil Bleu à Montpellier (menée par des Giscardiens dissidents), Lorraine Cœur d'Acier (une « radio de

---

<sup>2</sup> Annick Cojean et Frank Eskenazi, *FM : la folle histoire radios libres*, Paris, Editions Grasset, 1986, p.14

lutte » menée par le syndicat CGT) à Longwy, Radio Ivre, Carbone 14, Radio onz'débrouille ou encore Les Nanas Radioteuses (radio féministe) à Paris, etc.

Ces radios clandestines sont généralement gérées de manière aléatoire, et elles sont audibles sur à peine plus d'un kilomètre, en étant constamment brouillées par les forces de l'ordre.

Pourtant, la loi elle-même se retourne contre le gouvernement. En effet, des failles offrent aux radios pirates le sentiment de justice qu'elles réclament. La loi prévoit en effet des « dérogations au monopole [...] pour la diffusion de programmes à des publics déterminés ». Une hypothétique liberté est donc rêvée, qui dans les faits ne vient pas.

Afin de contrer ce flou juridique, la loi Lecat du 17 mai 1978 confirme le monopole d'Etat et durcit violemment les sanctions et répressions. Des peines de prison (un mois à un an) peuvent être encourues et de lourdes amendes (de 1000 à 100 000 francs) attendent les contrevenants. Les procès se suivent, et permettent, contre le gré du gouvernement, de faire passer le message des radios pirates.

C'est à cette même période que cet acharnement s'accroît, avec des émeutes très violentes et terribles, comme celle qui secoua Longwy, centre sidérurgique en crise, où la population d'une ville entière participait et encourageait la radio Lorraine Cœur d'Acier, symbole de la lutte ouvrière. On comptera plus de 25 blessés, mais ce n'est rien quand on songe à la mort de l'étudiant Alain Bégrand en mai 1980, lors d'une charge de police dans une université, renforçant le mouvement étudiant derrière



les seuls moyens d'expression dont il dispose. Un moment fort de radio en découlera, puisqu'une semaine après les faits, un policier viendra témoigner avec émotion au micro de Radio Ivre. Les radios pirates sont les seuls espaces de parole qu'on laisse aux Français, où on les laisse s'exprimer, quels que soient leur origine, leur statut, leur religion, leur sexualité.

Devant cette répression sévère, beaucoup de radios cessent leurs activités, comme à Grenoble, où le collectif complet des cinq stations Radio Rasta, Pirhania, Marcel, Libido et Radio Sans Nom, arrêtera d'émettre.<sup>3</sup>

#### **1.1.4 L'après 1981**

Sous la pression du public et de ces nouveaux médias, le gouvernement Mitterrand, arrivé au pouvoir le 10 mai 1981, décide de légiférer sur une potentielle autorisation d'émettre. Les fédérations de radios libres proposent alors un cahier des charges en cinq points, demandant la création d'une instance de contrôle et de répartition des fréquences, l'attribution des autorisations à des associations à but non lucratif, des fréquences spéciales pour les radios locales (type de quartiers ou de villages), une autorisation de diffusion de publicité de 5 minutes par heure, et une autorisation d'émettre automatique si les associations radiophoniques respectent les critères imposés. Leur voix sera à peine entendue, le gouvernement refusant catégoriquement le financement publicitaire, signifiant pour eux la mort du monopole d'Etat.

---

<sup>3</sup> Annick Cojean et Frank Eskenazi, *FM : la folle histoire radios libres*, Paris, Editions Grasset, 1986

Le 22 mai 1981, Georges Filioud est nommé ministre de la communication. Ancien journaliste à Europe 1, il croit à la libéralisation des ondes, et se rapproche dans les idées des revendications des principales fédérations de radios, en particulier de l'ALO, l'Association pour la Libération des Ondes, dont fait partie Antoine Lefébure, et qui est soutenue par Umberto Eco et Gilles Deleuze entre autres. Après s'être heurté pendant plusieurs mois aux instances politiques, il arrivera à présenter une loi déclarant que les communications audiovisuelles doivent être libres. Le 9 novembre 1981, les radios libres sont enfin légales.

La loi du 29 juillet 1982 permet aux radios libres de sortir de l'ombre, et garantit leur liberté. Cependant, on leur refuse toujours une ouverture aux groupes publicitaires, les empêchant donc de fonctionner. Les radios peuvent exister, mais ne peuvent survivre. En 1984, elles se voient enfin offrir le droit de bénéficier de ressources publicitaires, leur permettant ainsi de sortir d'une ère de bricolage, d'interférences et de heurts avec Radio France.

Le gouvernement décide dès lors de créer une instance de régulation, afin de mettre de l'ordre dans le joyeux chaos qui s'est installé dans le monde de la radio. La loi Léotard, du 30 septembre 1986, donne naissance à la CNCL (Commission nationale de la communication et des libertés), remplacée en 1989 par le CSA, Conseil Supérieur de l'Audiovisuel<sup>4</sup>. Composée de 13 membres, son rôle est d'affecter les fréquences radios et télés, de négocier le cahier des charges de chaque station, de le faire respecter, et de désigner les présidents des entreprises audiovisuelles publiques. Il garantit le pluralisme de l'information, la protection des mineurs,

---

<sup>4</sup> Le CSA est composé de 9 « sages » qui sont nommés au tiers par les présidents de l'Assemblée Nationale, du Sénat et de la République. Ce dernier statue ensuite sur qui sera le président du conseil. Afin d'optimiser ses missions, on le détache en antennes régionales, les CTR. Son statut est équivalent à celui qu'occupait la CNCL.

la moralité et les quotas de production française, bénéficiant d'un pouvoir de sanction pouvant aller jusqu'à la suspension de l'autorisation d'émettre.

Mais les amateurs déchantent très vite. Certaines stations ont déjà pris le peloton de tête. Ainsi, NRJ et RFM rencontrent un immense succès auprès des jeunes, grâce à leur programmation très grand public. Ces radios attirent les grands groupes de communication qui les rachètent, laissant sur le côté de la route les radios les plus confidentielles et les moins lucratives.

Une perte de spontanéité s'installe immédiatement, avec la course à l'audience qui ouvrira la porte à tous les débordements liés à la *mass culture*. La modernisation de la radio et son entrée dans la haute-définition amènent des contraintes professionnelles autres, qui n'étaient alors pas prévues par les petites associations.

De plus, la commission d'attribution des fréquences est souvent remise en cause par les fédérations de radios libres, qui la soupçonnent d'effectuer un tri subjectif. Ainsi, elle ne donnera pas suite aux demandes de plus de 130 radios dans l'enceinte de Paris, sur les 150 dossiers déposés.

Cependant, la décentralisation permet une adaptation à un public de proximité, étendant le champ des thématiques et des spécialisations des radios. Les premiers sondages donnent raison à cette légalisation. Entre 1981 et 1982, les nouvelles radios témoignent d'une augmentation d'audience conséquente : elles passent de 10% de part de marché à 19%, en l'espace de six mois.

## **1.2 Impact social, politique et culturel des radios libres**

Un changement dans le paysage des médias français ne pouvait pas passer inaperçu, ni bouleverser la conception du monde politique ou de la communication. Média d'ouverture, de parole, c'est une radio moins politisée qu'on ne pouvait le croire qui a vu le jour en après 1981. Malheureusement, cette apparente neutralité permettra aux grands groupes commerciaux de s'insinuer dans le monde de la FM, empêchant les associations de survivre et de se développer selon leurs rêves.

### **1.2.1 Enjeux politiques et culturels**

Alors que le sujet des radios libres pourrait au premier abord sembler simple, il n'en est rien. Dans une France secouée par mai 1968, qui voit la gauche prendre le dessus sur la droite peu à peu, la possible légalisation des radios pirates est un pavé dans la mare.

On peut diviser en cinq catégories les différents mouvements majoritaires qui souhaitent avoir accès aux ondes, alors qu'on le leur refuse :

- Le mouvement féministe, qui revendique une égalité de parole et un droit à la vie publique
- Les jeunes, et notamment les étudiants, dans le principe de subversion propre à la jeunesse post-1968
- Les groupes régionalistes (Alsaciens, Bretons, Corses...) prônant des spécificités culturelles

- La population immigrée, invisible jusque-là, rejetée dans des bidonvilles ou des ghettos, victimes de discriminations
- Les centres urbains périphériques (banlieues et cités), face aux premiers échecs de la politique socio-urbanistique de la fin des années 60.

Ce sont les diverses multiplicités de la société qui souhaitent vivre au travers la radio. On milite alors pour la diversité, la confrontation des idées, et pas seulement pour une idéologie politique. D'ailleurs, les acteurs des radios pirates ne souhaitent pas créer de radios affiliées à des partis spécifiques, mais plutôt intégrer le dialogue et le débat dans les stations. C'est un mouvement complètement amateur et artisanal qui voit le jour avec les radios libres.

Sur cette problématique, impossible de véritablement définir des groupes de pensée liés aux idéaux politiques. C'est un véritable chaos idéologique qui se met en place. On trouve des détracteurs des radios libres aussi bien dans les rangs du Parti Socialiste que du RPR (Rassemblement Pour la République), que dans ceux du Parti Communiste. On se méfie de ces agitateurs peu organisés, qui contrairement à l'Italie, où la tendance extrême-gauche est revendiquée, couvrent tous les courants politiques (Radio Fil Bleu à Montpellier donnant du fil à retordre au sein des rangs de la droite, l'initiateur de la radio étant giscardien dissident).

L'idée d'une radio libre ne dérange personne réellement, si ce n'est les très hautes sphères du pouvoir telles que le Président de la République et ses ministres, qui craignent une perte de contrôle total sur l'audiovisuel, ou du moins un affaiblissement de

leur droit de regard. En revanche, tout le monde est conscient de la puissance que peut dégager une radio libérée de toutes contraintes. Cette même radio est un outil très séduisant pour les socialistes ou les chiraquiens qui souhaitent mettre en porte à faux le pouvoir en place, mais ce média un peu novateur reste dangereux, pouvant se retourner contre eux.

Malgré son caractère éclectique, le soutien de la population aux radios libres aura un caractère définitif sur les résultats de l'élection présidentielle de 1981. Le fait que François Mitterrand, ainsi que Laurent Fabius, soient inculpés pour être intervenus sur Radio Riposte, ouvrira les portes de l'Elysée au premier, qui récupérera de cette manière beaucoup de voix chez les jeunes.

C'est finalement une radio ouverte à tous, aux amateurs, qui devait émerger de cette révolution des ondes. Une radio qui permettrait à l'amateur de faire découvrir aux autres auditeurs ses centres d'intérêts, ses questionnements, ses réponses et sa manière d'appréhender le monde qui l'entoure. Bien que la parole se soit libérée et que la censure soit tombée en partie, c'est un autre problème qui s'est alors posé pour les radios libres, maintenant associatives. Comment survivre face aux marchés ? Et si malheureusement les combats pour une radio plus saine n'étaient pas finis ?

### ***1.2.2 Impact sur le monde des médias***

Par leur envie de créer un média pour le peuple, les initiateurs des radios libres n'ont jamais souhaité imposer

l'information à celui-ci. C'est en lien avec les citoyens qu'ils ont pu mettre en place de nouvelles stations, déjouer les brouillages de la police pour enfin entamer des négociations avec l'Etat et se voir autoriser la diffusion de leurs émissions. La transparence et le collectif sont donc des valeurs qui dans les écrits devaient prendre le dessus.

Dans les faits, la question commerciale prend rapidement le dessus. L'autorisation de l'usage de ressources liées à la publicité ouvrira largement la voie à d'ex-radios associatives, à l'ambition plus marquée que leurs consœurs. NRJ, radio emblématique de la lutte des radios libres, contournera allègrement les autorisations afin de s'enrichir, créant le groupe de médias NRJ. Plus loin que la liberté d'expression, c'est la liberté du marché médiatique qui va rattraper la radio, après la télévision. En autorisant la création de radios sous la forme de SARL (sociétés à responsabilité limitée), c'est vers le modèle américain que vont se tourner les grosses radios, conçues pour être des machines à tubes, ciblant ainsi des publics jeunes et malléables.

« « Tous pour la musique », à la suite d'NRJ ! Mais une musique facile, une musique légère ; des hits, des tubes, des « golds ». Pas trop de nouveautés, ni de disques-import. Il ne faut surtout pas effaroucher le client, ni même le dérouter par un son trop nouveau. »<sup>5</sup>

Alors que la légalisation des radios libres sera bénéfique dans un sens, rompant ainsi avec le monopole d'Etat, elle aura des

---

<sup>5</sup> Annick Cojean et Frank Eskenazi, *FM : la folle histoire radios libres*, Paris, Editions Grasset, 1986, p.325

effets désastreux. Qui dit légalisation, dit régulation. Les normes mises en place donneront lieu à des phénomènes d'autocensure, modelant les propos et formats des émissions émises sur les ondes de ces nouvelles stations, qui craignent encore de se voir retirer leurs autorisations d'émettre.

A l'aube des années 1990, on prend enfin conscience que la notion de l'audiovisuel n'est pas suffisante pour parler des médias. Les Etats Généraux de la Culture du 5 février 1988 définiront le secteur de la communication, en mettant en avant les valeurs de liberté d'expression, d'information et de création, tout en soulevant l'importance et la nécessité des médias à but non lucratif, qui dix ans après leur légalisation, sont encore les seules garantes d'une diversité culturelle et de pensée, face aux grandes stations libérales et aux anciennes radios périphériques commerciales.

Malgré les grandes stations qui semblent gérer le monopole des ondes, on peut encore s'émerveiller devant la création aux quatre coins de la France de radios associatives, toutes plus différentes les unes que les autres, au travers desquelles l'auditeur peut enfin s'identifier. Les radios libres sont d'ailleurs à cette époque les plus écoutées au petit matin, entre 6h et 9h, impliquant une grosse perte de parts de marché pour les radios périphériques et les nouvelles radios commerciales.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> Annick Cojean et Frank Eskenazi, *FM : la folle histoire radios libres*, Paris, Editions Grasset, 1986.



### **1.3 Les radios associatives : continuité ou nouveau schéma ?**

#### **1.3.1 Le média alternatif radiophonique**

Se détacher de l'aspect commercial, tel semble être le premier credo des médias alternatifs. Avant tout citoyen, ce type de média s'inscrit généralement dans un espace local.

Se revendiquant ouvertement des radios libres, les radios associatives et les webradios s'appliquent à donner la parole aux citoyens, tout en privilégiant un aspect amateur plutôt que professionnel. Comme les webradios, les radios associatives offrent la plupart du temps un contenu dépourvu de publicités, s'affranchissant de la pression du marché, permettant une liberté de ton et de programmation impossible dans les médias commerciaux et un peu frileuse dans les médias publics. S'adressant à des publics précis, comme le souhaitaient déjà à l'époque les radios libres, elles s'adressent à un public restreint, mais qui se fidélise plus amplement que sur les radios commerciales, par des identités plus marquées et plus authentiques.

Alors que les radios associatives ont pris le pas sur les radios pirates après la libéralisation des ondes au début des années 80, s'installant petit à petit dans le paysage audiovisuel français, les webradios ont vu le jour au milieu des années 1990 (Radio HK, 1995). Leur utilisation d'internet pour la transmission de contenu a d'ailleurs rapidement intéressé les autres radios, publiques, privées ou associatives, qui dans la lancée de ces radios

numériques se sont mises à diffuser en streaming ou à proposer des podcasts.

Il est encore tôt pour définir correctement le média alternatif tel qu'il prend forme aujourd'hui. Comme toutes structures faisant circuler des informations en marge de celles que peuvent nous offrir les médias « classiques », il souffre de paradoxes, surtout liés à ses méthodes de financements. Car derrière « alternatif », il y a la notion d'indépendance qui est sous-entendue, et de nombreux débats alimentent la vision de cette notion. Demander des subventions est-il compatible avec cette totale liberté ? Faut-il se détacher entièrement de la publicité ?

En attendant, il est clair que les points sur lesquels les médias alternatifs sont totalement d'accord restent ceux de la liberté d'expression, et de l'artisanat également, qui apportent leur saveur et leur identité propre à chacun.

### ***1.3.2 Enjeux politiques et culturels***

En devenant la Confédération Nationale des Radios Libres, la Fédération Nationale des Radios Libres s'inscrit dans une logique de structuration des radios associatives. Grâce à ce réseau, elle met en place une charte auquel doivent répondre les associations souhaitant la rejoindre. Cependant, de nombreuses radios associatives n'ont pas attendu cet écrit pour revendiquer la même éthique. Laïcité, éducation populaire, indépendance politique, humaniste (respect des Droits de l'Homme, des individualités, dignité de l'homme, de la femme, de l'enfant), déontologie journalistique, volonté de rayonnement culturel, solidarité, et surtout refus du modèle commercial, grâce à la

structure juridique proposée par la loi 1901 sur les associations à but non lucratif.

Comme les radios libres, ce sont les symboles de la devise française qui sont mis en avant : liberté (de ton, de parole, d'expression, de diffusion), égalité (respect de l'autre, diversité culturelle, ouverture sur le monde), fraternité (solidarité entre les membres des associations et des réseaux de radios).

Dans une industrie de la musique où la création n'est plus privilégiée, au profit d'interprètes rentables, les radios associatives, par leur choix de programmation pointue, permettent à des artistes de se faire un nom, de pouvoir communiquer sur leur travail, en utilisant un média qui leur est initialement dévolu, puisque lié à l'écoute. Les grandes stations commerciales n'ont plus vocation à être des défricheuses de talents, mais seulement des annexes des grandes maisons de disques, qui utilisent les ondes pour formater les goûts musicaux du public. Les petites radios, surtout associatives, et les radios sur internet ont, à contrario, cette envie de faire partager leurs découvertes avec leurs auditeurs, et de forger leur sens critique face à l'art et la culture en général. La multitude des sujets évoqués lors des magazines en est un exemple. En ce sens, elles se calquent sur les émissions de qualité que l'on peut trouver sur certaines chaînes du service public, telles France Inter, France Culture, ou FIP, pour ce qui est de la musique.

Calculer l'audience des radios associatives et alternatives sur le même modèle que les grands groupes commerciaux ne peut d'ailleurs pas fonctionner. En effet, contrairement aux radios commerciales (dont certaines ont émergé du terreau de l'aventure des radios libres, telle NRJ), les médias locaux ou internet sont appréhendés d'une manière qualitative, et non quantitative.

Très fragiles, ne pouvant se professionnaliser entièrement la plupart du temps, les actions de ces médias ne sont malheureusement pas encouragées par les pouvoirs publics, encore aujourd'hui. Malgré la création du FSER, le Fonds de Soutien à l'Expression Radiophonique<sup>7</sup>, leur existence ne tient souvent qu'à un fil. Vouloir à tout prix s'extraire d'un modèle économique en place, financé par la publicité et les annonceurs privés, pour s'ouvrir à une économie culturelle plus saine reste une priorité qui malheureusement (et ironiquement) a un coût.

A l'heure actuelle, les radios associatives mais surtout les webradios s'inscrivent dans le débat autour de la gratuité de la culture. Mais quelle gratuité exactement ? La gratuité d'accès aux musées ou même à l'éducation ne relève en effet pas du même domaine que de celui de la radio, ou encore du peer-to-peer. Les webradios réclament le droit de ne pas avoir à payer systématiquement des frais Sacem (Société des Auteurs, Compositeurs et Editeurs de Musiques) élevés, les principaux artistes présentés sur leur réseau étant rarement représentés par des maisons de disques, des labels, voire non-inscrits à la Sacem.

En 2012, le nouveau combat culturel à mettre en parallèle avec celui des radios libres est bien entendu celui du partage gratuit sur les réseaux internet. Alors que la loi Hadopi s'avère

---

<sup>7</sup> Le FSER est chargé de la gestion des aides publiques aux radios locales associatives. Créé en 1982, il a pour objet de permettre aux radios associatives d'assurer leur mission de communication sociale de proximité : favoriser les échanges entre les groupes sociaux et culturels, l'expression des différents courants socioculturels, le soutien au développement local, la protection de l'environnement ou la lutte contre l'exclusion. Les subventions du FSER sont attribuées par le Ministre chargé de la communication aux radios locales associatives dont les ressources publicitaires sont inférieures à 20 % de leur chiffre d'affaires total.

être inefficace (impossibilité de faire appliquer les peines, absence de connaissance du système du peer-to-peer et des profils de ses usagers, incapacité à s'adapter aux nouveaux comportements en mutation constante...), on voit les maigres tentatives du gouvernement pour s'ouvrir à ce phénomène réduites à néant. En effet, les grands lobbys de distribution, les maisons de disques, les producteurs de cinéma, travaillant pour leurs propres intérêts financiers, bloquent le passage à des réformes qui pourraient enfin faire entrer cette nouvelle approche de la culture dans la vie politique et sociale, en pleine lumière, et plus sous le feu de l'illégalité.

### ***1.3.2 Avenir et désillusions : le passage au numérique, une fausse bonne idée ?***

La radio est un média occupant une place primordiale en France. En effet, contrairement au reste de l'Europe, le public éprouve un réel attachement aux ondes, qui propose une diversité et une vraie richesse des sujets. Malheureusement, cette particularité française risque d'être mise à mal encore une fois.

L'arrivée prochaine de la radio numérique (Radio Numérique Terrestre) sur le territoire français provoque déjà des tensions. En effet, après s'être battues pour avoir accès au réseau hertzien, les radios ne se voient pas reculer en termes d'acquis pour rejoindre la radio numérique.

Le réseau FM est un système d'émission fiable et surtout peu onéreux. Le CSA souhaite à l'heure actuelle imposer le regroupement des radios sous la RNT, alors que la Télévision Numérique Terrestre est un véritable fiasco. En garantissant soi-disant un meilleur son et une meilleure couverture du territoire, il

oublie de préciser que rejoindre la RNT aura un coût presque impossible à assumer pour la majorité des radios alternatives. L'investissement dans du nouveau matériel, mais également dans des ressources humaines capables de le faire fonctionner, sans compter la double diffusion FM et numérique pendant plusieurs années, le temps d'équiper toutes les régions : autant de dépenses auxquelles ne pourront pas faire face bon nombre de radios associatives. Le gouvernement ne se prononce pas sur les éventuelles aides qui pourraient être proposées, et quand bien même un fonds serait mis en place, la dépendance engendrée ne ferait que revenir à un simulacre de monopole de l'Etat.

Mais avant la problématique du financement d'un passage à la RNT, c'est avant tout une question qualitative qui inquiète les acteurs des radios associatives. En effet, contrairement à ce que laisse entendre le CSA, la qualité de diffusion du son ne sera pas meilleure. Qui dit numérique, dit compression. Or les taux de fortes compressions seront les plus accessibles, alors que les taux faibles, offrant un meilleur rendu sonore, seront trop chers pour ceux qui ne pourront pas payer.<sup>8</sup> Alors que la libéralisation des radios libres était amenée à contrecœur par un gouvernement soucieux d'échapper à la course commerciale, c'est l'Etat cette fois-ci qui pousse encore une fois en dehors de la route les descendantes des radios pirates, mais pour favoriser les grands groupes médiatiques, qui nivellent par le bas d'année en année le contenu radiophonique.

Passer à une numérisation du support radio, c'est obliger les foyers à s'équiper avec de nouveaux appareils. Des appareils

---

<sup>8</sup> Collectif Sons en Lutte, Pour que vivent les radios libres et gratuites contre le rouleau compresseur du numérique, 27 mai 2012 [consultation le 26 juin 2012]. Disponible sur le site de Radios libres en lutte : <http://radiosenlutte.free.fr/spip.php?article73>

coûteux, qui devront tous être remplacés. Alors que la radio FM est un média gratuit, qui engendre peu de dépenses pour les « émetteurs », mais également les « récepteurs », la radio numérique ne fera qu'accentuer les différences entre les personnes ayant les moyens nécessaires pour accéder à l'information, et ceux qui n'auront malheureusement pas comme priorité l'achat d'un nouveau poste de radio. C'est donc tout un processus de rentabilité, de consommation et d'uniformisation du contenu audiovisuel qui est en train d'être mis en place. Après avoir touché la télévision, le voilà qui rattrape les ondes.

Passant de peu à côté à côté d'une nouvelle réforme du FSER en 2006 (les aides auraient alors été distribuées sur des projets précis, un outil de mesure de l'audience des radios locales devait être mis en place), les radios associatives continuent de s'inquiéter. Ce média, d'utilité publique, encore libre et affranchi des contraintes financières dans certains cas, se voit rattraper petit à petit par une logique du chiffre d'affaire et consumériste. Alors que chaque type de radio avait trouvé sa place sur le paysage audiovisuel français, que ce soit les radios commerciales, les radios publiques ou les radios associatives, celles-ci sont menacées de créer un tout, aseptisé et sans saveur, bien-pensant, et donc plus contrôlable.

L'aspect le plus grave n'est donc pas forcément ce changement dans le forme, mais bien dans le fond. Car la diversité éveille la conscience du citoyen, et sans celle-ci, ce sont les pires dérives qui peuvent se mettre en place. Dans un pays pourtant éclairé, mais où des idées de plus en plus anti-démocratiques, communautaires et anti-égalitaires voient le jour, peut-on espérer sauver une exception culturelle et surtout un patrimoine, faits de mélanges, de grandes idées et de grands hommes, sans offrir une

véritable liberté d'expression, ouverte à toutes et à tous, et surtout à tous les sujets sensibles ?

Aujourd'hui encore, des radios associatives se voient interdire d'émettre, malgré leur ancienneté. Radio 103, Aligre FM, et bien d'autres, sommées d'interrompre leurs activités car leurs dettes envers TDF (Télédiffusion de France) devenaient trop importantes. Même Radio Gazelle, qui a accompagné le Printemps Arabe, a manqué de peu d'être rayée de la carte FM, au profit de France Maghreb, pourtant liée au régime de Ben Ali.

Sans pour autant sacraliser le média alternatif, et donc les radios libres et associatives, il est clair que sa place est primordiale dans l'équilibre de l'information, de par sa diversité et sa proximité. Une radio complètement contrôlée n'est pas bonne, car elle sous-entend une censure, une désinformation. Une radio totalement libérée n'est pas bénéfique non plus, car elle peut trop se disperser, et en touchant uniquement des groupes de population déterminés, perdre du contenu. Cependant, c'est la présence des radios publiques et privées, commerciales et associatives, qui permet d'accéder à cette richesse culturelle, qui est en danger actuellement. Que leur diffusion soit à l'échelle nationale (comme les grands groupes et les grandes stations - Radio France, NRJ, RTL -), régionale (pour certaines radios délocalisées - Le Mouv', France Bleu - ) ou locale (radios associatives - Radio Campus France - ), toutes ont leurs spécificités et leurs atouts, et toutes ont leur place. Actuellement, les radios associatives ont pris le relai des radios libres. L'exemple de Radio Campus Grenoble peut permettre de comprendre ce qui les rapproche et les éloigne, et surtout comment elles appréhendent et s'approprient cet état d'esprit.



## **2. Présentation de la structure**

Radio Campus Grenoble est une radio associative située sur le campus universitaire de Grenoble, faisant partie du réseau Radio Campus France. Après avoir resitué l'association au sein de son histoire et du réseau auquel elle appartient, son fonctionnement et ses missions seront décryptés, afin de mieux faire connaissance avec cette structure qui allie exigence et nouveauté.

### **2.1 20 ans de radio associative et d'esprit campus**

Radio Campus Grenoble va fêter ses 20 ans en 2012. 20 ans de radio étudiante et surtout citoyenne, qui répond depuis sa création à un état d'esprit très précis.

#### **2.1.1 Radio Brume et Radio Campus Grenoble**

C'est en 1992 que se crée l'association Radio Campus Grenoble<sup>9</sup>. En juillet 1993, la radio reçoit enfin l'autorisation d'émettre du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA). A l'époque, Campus Grenoble s'appelle encore Radio Brume, et est donc directement rattachée à la radio étudiante Brume Lyon. En mars 1999, Radio Brume Grenoble devient Radio Campus Grenoble et s'ouvre 5 ans plus tard à la diffusion sur internet.

Hébergée au sein du bâtiment Espace Vie Etudiante depuis 2003, Radio Campus Grenoble est implantée au cœur du campus

---

<sup>9</sup> Annexe 1 : Journal Officiel du 23 septembre 1992, p.74

universitaire de Saint-Martin d'Hères et fait partie des associations constitutives de ce projet pluriculturel.

La radio fait également office de "radio école", en accueillant grâce à un partenariat les étudiants de master de journalisme de l'Institut de la Communication et des Médias et de l'Institut d'Etudes Politiques de Grenoble.

Outre ces partenariats étudiants et universitaires, Radio Campus Grenoble collabore avec plusieurs structures culturelles et institutionnelles de l'agglomération grenobloise, sur des projets hétéroclites : concerts, projections cinématographiques, conférences etc. Une implication forte qui se ressent aussi au niveau national puisque l'association fait partie du réseau de la fédération Radio Campus France, qui rassemble plus de 20 radios associatives étudiantes françaises.

En tant que média, Radio Campus Grenoble doit répondre à un certain nombre d'engagements envers le CSA. Elle produit un peu plus de 23h de programme radiophonique par jour. En 2011, 32% de ce temps de diffusion est rempli par les productions des adhérents, ce qui représente plus de 50h de programmes hebdomadaires, et plus de 20h de programmes spéciaux selon les événements qui surviennent tout au long de l'année universitaire<sup>10</sup>. Ces programmes couvrent tous les champs possibles, allant de la création sonore aux magazines de musique, en passant par les émissions d'informations et celles d'actualités culturelles. Le temps d'antenne libre est ensuite dédié à la diffusion de musique, grâce à une programmation planifiée, en respect des quotas des chansons d'expression francophone imposés par le CSA<sup>11</sup>.

---

<sup>10</sup> Annexe 3 : Radio Campus Grenoble en chiffres, p.76

<sup>11</sup> Annexe 4 : Grille des programmes, p.77

Campus Grenoble, c'est plus de 39 émissions par semaine, dans lesquelles on peut retrouver plus de 300 invités sur l'année, venant de toutes les branches de la population et du monde professionnel : recherche, université, politique, culture, santé, musique, solidarité, monde associatif...et participant ainsi eux aussi à donner ses couleurs à la radio.

### **2.1.2 Etat d'esprit 90.8**

Radio Campus Grenoble se veut d'être un média à part, correspondant à un esprit particulier, celui du "Décalage contrôlé". La ligne directrice peut se résumer ainsi : un esprit (le projet collectif), une ambition (l'exigence et la qualité), des objectifs (la diversité et la complémentarité), un but (l'esprit critique).

« Donner à voir autrement pour mieux entendre. Exit la logique de l'information instantanée, Campus Grenoble 90.8 valorise le temps d'immersion, de réflexion et de parole sur l'événement qui surgit devant elle.

Ces alternatives apportent aux auditeurs du 90.8, l'indispensable complémentarité à ce que proposent les autres médias.

Garante d'une liberté de choix toujours valorisée, Radio Campus Grenoble revendique son identité de «média alternatif» qu'il est par nature. »<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup> Rapport d'activités Radio Campus Grenoble 2010-2011

L'association répond à la volonté de se définir comme un média au service d'un collectif d'individus : cet engagement de groupe est porté par les adhérents au travers de l'outil radiophonique, afin de diffuser des connaissances, connaissances correspondant à la diversité prônée par la radio. Celle-ci souhaite développer une "conscience éclairée" des auditeurs, en offrant une alternative à l'information délivrée dans les médias traditionnels. Il est primordial d'éclairer sur les différences qui font ce monde, mais également sur ce qui rapproche tous les individus qui le peuplent et le font vivre.

Certains modes d'expressions culturelles peu connus ou oubliés sont également traités et mis en avant (initiatives associatives et alternatives, musiques indépendantes, cultures émergentes...). Le choix est donc plus large, offrant à l'auditeur mais également aux partenaires et bénévoles de l'association une palette de découvertes et/ou de vitrines différentes. Le point fort de cette diversité reste avant tout la neutralité avec laquelle celle-ci est abordée, afin de favoriser l'esprit critique de tous, loin de tous conflits d'intérêt propres au monde des médias.

Cependant, les programmes étant mis en place par les adhérents, il arrive que des disciplines ou des aspects de l'actualité disparaissent des ondes. Ainsi, par exemple, cette année, aucune émission en particulier ne traitait de littérature. De même, les bénévoles animant le magazine hebdomadaire dédié au cinéma (Ne Racontez Pas La Fin) ayant émis le souhait d'arrêter à la fin de la saison 2011-2012, il se peut que le thème disparaisse temporairement des ondes jusqu'à ce que quelqu'un souhaite relancer un programme de ce type. Malgré sa volonté de diversité, la radio est donc soumise aux choix des adhérents.

L'équipe antenne peut cependant se prononcer en acceptant ou non de diffuser un projet si elle considère qu'il est trop similaire à un autre, mais ne peut engager une recherche de bénévoles pour animer une émission au thème prédéfini.

## **2.2 Une radio et un réseau**

Dans la logique des radios libres, de nombreuses radios associatives se sont regroupées en réseaux solidaires. Radio Campus Grenoble fait elle-même partie de Radio Campus France, qui homogénéise les différentes radios campus hexagonales au sein d'une même fédération.

### **2.2.1 Historique Radio Campus France**

En 1969, Radio Campus Lille fait son apparition dans le paysage des radios françaises, en devenant la pionnière des radios pirates et libres. Jusque-là œuvre de résistance illégale, la libéralisation de la bande FM en 1981 va permettre l'éclosion de nombreux médias étudiants partout en France. La volonté de se regrouper en réseau se fait rapidement sentir, afin de consolider le socle d'idées communes. Radio Campus Bruxelles et Radio Campus Strasbourg lanceront en 1987 le projet de la FERUE, fédération européenne des radios universitaires et estudiantines.

En 1996, les 7 radios campus françaises existantes se regroupent afin de créer le réseau IASTAR, un espace collaboratif pour ces médias jeunes, curieux et indépendants, afin de développer le média sur le territoire français. Les différentes

radios associatives faisant partie du réseau ont la possibilité de diffuser en ondes FM et sur internet. C'est d'ailleurs Radio Brume (Lyon/Grenoble) qui mettra en ligne le premier site web d'une radio FM en France, en 1995, témoignant d'un intérêt pour les nouvelles technologies et surtout d'un esprit d'avant-garde propre aux radios libres. 30 ans après la libéralisation des radios libres, et 15 ans après la création du réseau national, les radios campus françaises sont toujours des exemples d'innovations et d'expérimentations en terme de communication, de création radiophonique et de soutien aux diverses scènes artistiques.

Pour adhérer à Radio Campus France, les radios doivent bien entendu partager un ensemble de valeurs communes :

- Le droit à la libre expression médiatique des jeunes et des citoyens en général
- La promotion et la diffusion des artistes musicaux de qualité et émergents, français et étrangers
- Le soutien à la création sonore et radiophonique
- L'importance du contact et du lien direct avec les auditeurs
- La vie associative et l'accompagnement des bénévoles.

En 2011, IASTAR devient Radio Campus France et compte plus de 20 radios FM qui émettent dans la plupart des grandes villes universitaires françaises, touchant ainsi près de 22 millions de personnes (dont au moins 1 million d'étudiants).

L'avantage de cette fédération relève d'un travail local mais également national, puisque certains programmes sont partagés.

### **2.2.2 Qu'est-ce qu'une "Radio Campus" ?**

Loin d'être un média classique, les "radios campus" sont des outils privilégiés pour la communication entre le campus et la cité. Ces radios diffusent bien évidemment des informations liées à la vie estudiantine, mais également à la vie culturelle de l'agglomération et parfois internationale. L'étudiant peut ainsi s'ouvrir sur l'activité de sa ville, tout comme le citoyen sur les pôles universitaires, parfois excentrés, mais très dynamiques. Mais les radios campus ne se limitent pas à la diffusion de l'information. Elles sont également considérées comme des "radios-écoles" : ainsi, elles tissent des partenariats avec diverses structures pédagogiques afin de former les étudiants au futur métier de journaliste radio.

Véritable vecteur de médiation culturelle, les différentes radios du réseau Radio Campus France sont là pour défricher et découvrir de nouvelles formes d'expressions artistiques, de nouveaux talents, et permettre à ceux-ci de trouver une vitrine et de rencontrer le public. Ce sont d'ailleurs les premiers diffuseurs de musiques actuelles, qui conservent une exigence pointue et un fort soutien à la création musicale. Les divers partenariats qui existent à des niveaux multiples entre les radios du réseau (comme les programmes H1000 et Novorama entre Campus Grenoble et Campus Toulouse et Campus Paris) permettent de renforcer cette promotion de la nouveauté, de la diversité et de la qualité.

Les radios campus ne s'adressent donc pas seulement aux étudiants, mais bien à tous les passionnés de culture, qu'ils soient jeunes ou moins jeunes, et également aux acteurs culturels des collectivités locales. L'auditorat de ces radios est généralement urbain, assez mobile et curieux, n'hésitant pas à prendre les devants pour relayer une information, poser des questions sur

certaines émissions, voire à sauter le pas pour s'investir dans la vie de l'association tournant autour du média. Le ton original et décalé, mais toujours sérieux, assure une fidélisation et une accessibilité qui renforcent le lien entre les auditeurs et les adhérents des pôles radiophoniques.

En somme, les radios campus sont des médiateurs, symbole de la proximité et de la diversité culturelle.

### **2.2.3 Actions du réseau**

Radio Campus France a mis en place plusieurs actions communes à toutes les radios membres du réseau. Ces actions relèvent aussi bien de la programmation et de l'événementiel que de l'accompagnement associatif.<sup>13</sup>

Radio Campus France propose un pack commun d'émissions et de productions radiophoniques, réalisées tour à tour par une radio, ensuite diffusées sur l'ensemble des ondes FM. Ainsi, à l'heure actuelle, trois programmes continuent d'être produits régulièrement : Starting Block (hebdomadaire), qui se penche sur les initiatives musicales locales, Univox (mensuel), magazine destiné à l'actualité étudiante et jeunesse, et Beats in Space, émission sur les musiques électroniques, produite par Tim Sweeney, DJ new-yorkais. Radio Campus France héberge également plusieurs résidences de labels indépendants, comme WARP, Ninja Tune, Fabric et !K7 Records, afin d'encourager la production et la création musicales.

---

<sup>13</sup> Annexe 5 : Convention entre Radio Campus France et Radio Campus Grenoble 2011/2012, p.78



Un classement mensuel des meilleurs albums (rotation à l'antenne forte) est également effectué chez chaque radio. Plus qu'un simple "top 40", ce classement permet de travailler étroitement avec l'industrie du disque : chaque radio a le pouvoir d'envoyer indépendamment ses choix aux maisons de disques. Des liens de choix peuvent ainsi se créer avec certains labels : PIAS, Ninja Tune etc...

Plusieurs banques de programmes existent pour faire circuler de la matière numérique : enregistrements 'live", sessions acoustiques, programmes d'autres radios à échanger... Toutes ces données sont à disposition des membres de Radio Campus France afin d'étoffer leur programmation.

A l'occasion de certains festivals, Radio Campus France lance des partenariats, permettant ainsi aux bénévoles des diverses Radio Campus d'obtenir plus facilement des interviews, et de pouvoir bénéficier d'accréditations pour des reportages spéciaux. Dans un milieu difficile d'accès, ces échanges offrent la possibilité de couvrir des événements de prestige et de qualité sous un autre angle.

Le réseau organise lui-même des concerts acoustiques, enregistrées puis diffusées à l'antenne, et disponibles dans sa banque de données. Ce type de formule est également un moyen de défendre certains petits artistes et de leur offrir un tremplin original et différent de la simple diffusion de leurs morceaux.

Mais le rôle du réseau Radio Campus France ne se limite pas uniquement à de la diffusion musicale sous toutes ses formes. En effet, étant un maillage territorial et humain important (on compte

plus de 2500 bénévoles partout en France, et 75 professionnels salariés des associations), le réseau a une tâche d'encadrement associatif indispensable. Un support tout d'abord moral, mais également méthodologique et opérationnel est apporté, surtout aux nouvelles radios, pour leur permettre d'émerger et d'évoluer le plus sereinement possible.

Des outils numériques de diffusion sont mis à disposition (forum de discussion, annuaire interne, création de sites internet et de messageries, dépôts d'informations...), et un suivi technique est également proposé, afin de former au mieux les personnes souhaitant développer les médias radiophoniques dans des villes universitaires qui ne disposent pas encore de leur antenne propre. Une aide pour la négociation des partenariats a été mise en place, en plus des conventions existant déjà au sein du réseau, afin de soutenir au mieux le développement des radios qui le composent.

## **2.3 Fonctionnement de Radio Campus Grenoble**

Afin de mieux appréhender le fonctionnement d'une radio associative, on peut observer l'exemple de Radio Campus Grenoble. Responsabilisation des membres de l'association, tâches bien réparties, divers partenariats... Autant d'aspects qui témoignent de la semi-professionnalité de ce média parallèle.

### **2.3.1 Equipe et pôles : le fonctionnement associatif**

Radio Campus Grenoble est une association loi 1901. De ce fait, elle fonctionne sur le principe du bénévolat. Il est possible de devenir adhérent aussi bien pour réaliser des projets radiophoniques et participer au choix de programmation, que pour

participer tout simplement à la vie de l'association : organisation d'événements, mise en place de partenariats, encadrement des adhérents.

Toutefois, Campus Grenoble embauche également des salariés, afin d'assurer un suivi des obligations de la radio, de veiller à la technique et de coordonner les différentes actions de l'association.

Depuis la rentrée universitaire 2011, l'association s'est organisée autour de différents pôles, afin de rendre plus cohérentes les démarches diverses de la radio, et de souder l'équipe. Chaque personne souhaitant adhérer a le devoir de s'engager dans au moins un de ces pôles. Ils répondent aux multiples rôles qu'endosse Campus Grenoble :

- **Coordination** : le pôle coordination est un prolongement du bureau de l'association. Il veille au bon fonctionnement général de celle-ci, humain (embauches, adhésions, relations publiques) et financier (demandes de subvention). Les membres de ce pôle sont d'ailleurs assez réactifs dans l'ensemble. On pourrait regretter le fait qu'il ne tourne pas beaucoup, et compte donc peu d'étudiants, le bureau étant assez statique dans sa composition, car les bénévoles ne souhaitent (ou n'osent) pas s'investir de manière trop formelle dans l'association, délaissant l'aspect administratif pourtant primordial.
- **Communication** : les bénévoles s'impliquant dans ce pôle doivent assurer la visibilité de l'association, notamment grâce aux réseaux sociaux, ou en assurant la promotion de Radio Campus Grenoble auprès de ses partenaires. Malgré une bonne utilisation des supports numériques, Radio

Campus Grenoble exploite un modèle de site internet peu fonctionnel, et manque de réel plan de communication (charte graphique, opérations coup de poing, nouveau logo), ce qui rend la radio peu visible et surtout identifiable dans le bassin grenoblois.

- **Vie associative** : ce pôle relève en partie de l'événementiel. Sa mission principale est de faire vivre l'association au travers d'événements favorisant la convivialité (barbecues, sorties organisées), la diffusion de la culture (concerts, mixes) et la réflexion (apéros associatifs, réunions). Malgré l'aspect ambitieux de ce pôle (mettre en place de l'événementiel par et/ou pour les adhérents), celui-ci fonctionne plutôt bien, grâce à un bon encadrement de la part des salariés, qui mettent à disposition des membres de l'association leur méthodologie et contacts. Malgré tout, il n'est pas rare de voir le même noyau dur de bénévoles se regrouper autour de projets, venant d'une difficulté à fédérer l'ensemble du groupe.
- **Antenne** : le pôle antenne a en charge la gestion des programmes. Ses membres accompagnent les adhérents dans leurs projets radiophoniques, définissent la grille des programmes (diffusion, échanges) et peuvent également être amenés à créer de l'habillage sonore (spots et jingles). Une charte d'antenne plus claire est en cours de réflexion, afin de permettre aux membres de ce pôle de perdre moins de temps dans les retours qu'ils doivent envoyer aux nouveaux venus, et de donner une certaine cohérence à leurs réponses, par rapport aux exigences de la radio.
- **Programmation** : les programmeurs sont chargés de veiller au respect de l'identité musicale de Campus Grenoble, en gérant les relations avec les labels et maisons

de disques, en réceptionnant, en écoutant et en diffusant (ou non) les albums qui leur sont proposés. Des artistes dont la musique est déjà largement diffusée sur des radios commerciales privées ne se verront pas programmer sur Radio Campus Grenoble, car leur visibilité est déjà importante et ils n'auront souvent pas besoin de ce type de média pour se lancer. Un des seuls soucis que peuvent rencontrer les programmeurs tient au fait que selon certaines périodes de l'année, les arrivages de disques peuvent être très nombreux, ce qui nécessite du temps d'écoute, de retour (pour les labels), de programmation et de stockage.

- **Rédaction** : Radio Campus Grenoble propose plusieurs émissions rédactionnelles. Le pôle rédaction y est intimement rattaché, puisqu'il a pour but la création de documentaires, reportages, journaux, chroniques autour de thématiques diverses (culture, actualité, citoyenneté), afin d'ouvrir l'esprit de l'auditeur sur de nouvelles formes de pensées et/ou des sujets peu couverts habituellement. Radio Campus Grenoble compte d'ailleurs des magazines aux sujets variés : œnologie, cinéma, musique, information générale, actualité solidaire et engagée, sciences...
- **Création** : un pôle pour repousser les limites de l'imagination. Lectures, sons, la participation à ce pôle implique la proposition de projets favorisant la création sonore et radiophonique, originaux et novateurs. La limite reste bien entendu le temps, puisqu'une « simple » lecture théâtralisée demande une mobilisation de plusieurs personnes, sur plusieurs heures, amenant à des changements d'antenne, de programmation, de technique.

- **Technique** : les adhérents faisant partie du pôle technique sont en charge de la bonne tenue et du bon fonctionnement du média, intervenant lors de pannes ou apportant leur aide sur certains projets délicats (direct en extérieur, chargement des podcasts). Tous les adhérents sont d'ailleurs amenés à avoir une maîtrise des bases, du moins pour ce qui est de l'enregistrement. Il manque cependant un peu de ressources pour développer le système d'archivage numérique et assister Isabelle Stragliati, la salariée de l'association, pour le montage des programmes et leur mise en diffusion.

### **2.3.2 Financements**

Radio Campus Grenoble est une radio de catégorie A. De ce fait, ses ressources publicitaires ne peuvent excéder 20% de son budget. Par principe, Campus Grenoble accepte très rarement de louer des espaces d'antenne à des fins promotionnelles. Ses ressources viennent donc presque uniquement de subventions privées ou publiques, ainsi que des frais de cotisations de ses adhérents.

Dans les subventions accordées à l'association, on peut trouver entre autres celles du Conseil Général et des Universités, s'ajoutant ainsi aux aides du Fonds de Soutien à l'Expression Radiophonique (FSER). L'Université de Grenoble apporte également deux types de financements : une subvention par conventionnement<sup>14</sup> et une subvention de soutien à projets dans le cadre d'événements culturels.

---

<sup>14</sup> Radio Campus Grenoble est l'une des 9 associations étudiantes qui font l'objet d'une convention annuelle avec l'Université de Grenoble.

Des aides à l'emploi et des soutiens à la formation sont perçues pour permettre de financer des postes salariés.

Une cotisation est demandée à chaque personne souhaitant intégrer Campus Grenoble, ainsi qu'une caution, permettant l'entretien du matériel. La somme totale s'élève à 45€, pour 25€ de cotisation, dont 5€ qui sont destinés à l'adhésion à l'association Eponyme<sup>15</sup>, qui gère le bâtiment EVE (permettant ainsi des tarifs préférentiels pour les événements et le café), et 20€ pour la caution, qui peut être récupérée par le bénévole à son départ définitif de l'association.

En terme de chiffres, la totalité des produits de l'association (subventions, cotisations des adhérents, aides à l'emploi) se monte à plus de 95 000€<sup>16</sup>, destinés au fonctionnement de l'association : achat et remise en état de matériel, frais Sacem, salaires etc.

Ces soutiens financiers importants permettent à Campus Grenoble d'éviter la diffusion de messages publicitaires, en faisant donc une radio dégagée de toutes contraintes commerciales et plus agréable à écouter, qui se focalise sur les programmes de ses adhérents.

### **2.3.3 Partenariats pédagogiques**

Radio Campus Grenoble ne répond pas seulement à sa mission de développement et de "radio-école" en formant ses adhérents. L'association accueille également d'autres publics

---

<sup>15</sup> Quand ce mémoire a été rédigé, le bâtiment EVE était en attente de réponse pour la nouvelle délégation étudiante. A l'heure actuelle, c'est l'association SEVE qui a été désignée par le PRES. Le fonctionnement de prélèvement sur les adhésions de Radio Campus Grenoble n'a pour l'instant pas été modifié.

<sup>16</sup> Pour l'année 2011.

“apprenants”. Deux partenariats pédagogiques ont été mis en place avec des structures universitaires grenobloises :

- L’Institut d’Etudes Politiques de Grenoble (Université Pierre Mendès-France) pour les étudiants en master de journalisme.
- L’Institut de la Communication et des Médias (Université Stendhal) pour les étudiants en master de journalisme spécialisation radio.

Chaque promotion produit un programme hebdomadaire d’information généraliste d’une heure (Radioactif) et d’une demi-heure (Microcité), composés de journaux d’informations, d’agendas, de chroniques, d’interviews d’invités et de reportages. Ces magazines qui prennent la forme d’ateliers libres permettent aux étudiants de se former aux pratiques radiophoniques et journalistiques, en autonomie, avec l’aide d’un salarié de la radio pour l’encadrement technique.

Les accompagnements pédagogiques se prolongent par l’accueil de stagiaires. La radio reçoit beaucoup de demandes et ne peut toutes les satisfaire, à cause du manque de temps et de personnel permanent pouvant encadrer les étudiants. Ces demandes couvrent plusieurs champs d’activités de la radio, allant de la technique pure (aspect le plus demandé) à la coordination générale, en passant par le rédactionnel.

Ces différentes approches pédagogiques font de Radio Campus Grenoble un lieu d’initiation et de découverte, mais également d’expérimentation entre pratique et théorie pour l’enseignement supérieur.



### **2.3.4 Partenariats avec les structures de l'agglomération**

Afin de répondre totalement à ses différentes missions, notamment à celle concordant avec la participation au développement de la vie culturelle locale, Radio Campus Grenoble développe divers partenariats avec des structures culturelles et institutionnelles de l'agglomération grenobloise. Des échanges importants sont mis en place avec les salles de spectacle et de concerts de la région, ainsi qu'avec certaines structures artistiques, cinématographiques ou même universitaires.

Des conventions sont signées, indiquant les obligations de chaque partie. La radio s'engage généralement à offrir une visibilité aux événements, à l'antenne à l'aide de spots et sur ses réseaux Internet (articles sur le site et relais par les réseaux sociaux), en contrepartie de quoi la structure met à disposition des places à offrir aux auditeurs et aux adhérents, ainsi qu'une visibilité sur les lieux de diffusion, grâce à des bannières Radio Campus Grenoble. Dans le cadre de concerts, certains partenaires offrent la possibilité aux bénévoles de Campus Grenoble de rencontrer les artistes afin de réaliser des interviews diffusées sur les ondes, alimentant ainsi le principe de la communication autour de la structure. Pour l'année 2011-2012, on peut compter plusieurs partenariats conséquents comme ceux avec les salles de concerts Le Ciel, La Bobine, la Maison de la Musique de Meylan (dernier trimestre 2011), avec le Centre Culturel Cinématographique de Grenoble (et avec le Festival des Maudits Films) et avec le Service Culturel de l'Université de Grenoble (Semaine culturelle thématique).

Certains partenariats se font de manière plus ponctuelle, tel que celui avec l'association UFO Records (concert à l'Ampérage) ou encore le Festival Les Détours de Babel et la Fondation Orange (spectacles à la MC2).

Ces partenariats ne se limitent pas à l'aspect culturel puisque des actions de promotion et d'information sont également portées par la radio, sur des événements solidaires et environnementaux. Ce type de convention est en général prolongé à l'antenne tout le long de l'année de manière spontanée par les émissions rédactionnelles, qui offrent une tribune aux acteurs œuvrant dans ces domaines engagés. Des spots pour Amnesty International ou encore la Journée Mondiale de Lutte Contre l'Homophobie et la Transphobie sont des exemples d'actions en faveur de l'intégration et de la lutte contre les discriminations portées par l'association Radio Campus Grenoble.

Une petite part des partenariats concerne également le développement entrepreneurial local. Outre être un partenaire de OZER, le Pôle Entrepreneuriat Etudiants Grenoble, Campus Grenoble a également soutenu un ancien salarié et adhérent de la radio dans la création de son entreprise, Disc'Orama, un magasin de disques vinyles.

Ces collaborations pluriculturelles garantissent ainsi la diversité et l'originalité de la ligne directrice de Radio Campus Grenoble, tout en favorisant son rayonnement sur le territoire grenoblois, l'inscrivant au sein de la vie de la cité.

### **2.3.5 Rejoindre l'association**

Il n'est pas nécessaire d'être porteur d'un projet radiophonique pour adhérer à Radio Campus Grenoble. Comme montré précédemment, elle ne se limite pas à son activité radiophonique, bien que cette dernière soit son objectif principal. Il faut surtout avoir envie de participer à une aventure humaine et culturelle, et être prêt à s'investir dans ce qui est avant toute chose une association qui dénombre plus de 100 adhérents (115 sur l'année 2011-2012).

Sans apparaître directement à l'antenne, les adhérents peuvent donc s'occuper de l'organisation d'événements et de la coordination de la vie associative, de la programmation musicale globale, de la technique, de la communication ou encore de la gestion des partenariats. Les conditions à remplir sont la capacité à s'investir, s'acquitter d'une adhésion à l'association et à Eponyme (l'association qui a en charge la gestion du bâtiment EVE) et suivre une formation dispensée par la radio sur un des aspects de la structure, telle que la technique et/ou la rédaction et/ou la mise en place d'échanges partenaires etc.

En revanche, on peut dire que Radio Campus Grenoble pratique une légère discrimination dans le cadre des programmes musicaux, dans le sens où des projets jugés trop « grand public » ne trouveront pas leur place sur ses ondes.

Devant sa volonté de s'inscrire dans une démarche de qualité et surtout de découverte, des porteurs de projets motivés mais dont les goûts musicaux sont jugés comme étant déjà largement présents sur les autres médias plus classiques

se voient refuser un accès à l'antenne. Un paradoxe, ou du moins une contradiction, puisque le credo prôné par Radio Campus Grenoble est certes une recherche de qualité mais au sein d'un collectif d'individus. Malheureusement, cette démarche empêche selon moi un prolongement de la mixité voulue, « le collectif d'individus » se limitant de plus en plus à des personnes issues des mêmes milieux culturels (associatif engagé, musiques alternatives...).

Il est bien sûr hors de question pour Radio Campus Grenoble de diffuser des programmes et d'accueillir des personnes ne partageant pas les valeurs de l'association, et de la démocratie et citoyenneté en général. Racisme, sexisme, homophobie et prosélytisme religieux sont bannis des ondes. Lors des émissions rédactionnelles, des sujets polémiques peuvent être abordés, mais ceux-ci mettent systématiquement en regard des invités d'opinions différentes, dans une logique de débat démocratique, encadré par les animateurs qui tiennent alors le rôle de médiateurs.

Dans l'histoire de Radio Campus Grenoble, on compte d'ailleurs peu d'épisodes malheureux ayant conduit à la radiation d'un membre de l'association. Quand des différends se présentent, l'équipe du bureau préfère privilégier le dialogue afin de mettre au clair certains dysfonctionnements, et si au terme de ces rencontres l'adhérent ne change pas de comportement, ou ne souhaite pas suivre les règles imposées par l'association, celui-ci doit partir définitivement et cesser son activité à l'antenne.

Il faut donc aborder Radio Campus Grenoble comme un projet avant tout démocratique, où les bénévoles ont des droits,

une possibilité de s'exprimer, de parler, mais où les devoirs ne sont jamais absents, afin de respecter une cohésion de groupe et la dimension citoyenne de ce média.

## **2.4 Missions et activités de Radio Campus Grenoble**

Etre une radio à l'esprit jeune et amateur ne signifie pas pour autant un manque d'organisation, ni surtout une absence d'objectifs. C'est grâce à des critères bien précis qu'elle essaie de respecter au plus près que Radio Campus Grenoble se forge son identité et réussit à fédérer.

### ***2.4.1 Caractéristiques de la programmation : la découverte musicale et la création radiophonique***

Depuis sa création il y a 20 ans, Radio Campus Grenoble ne cesse de proposer une programmation musicale éclectique et soignée. En s'engageant à faire découvrir de nouveaux artistes via ses ondes, l'association a mis en place des liens privilégiés avec certains labels, maisons de disques et musiciens locaux.

Musicalement, Campus Grenoble se définit comme une « radio starter », c'est-à-dire un tremplin médiatique local, permettant à certains artistes de se voir offrir une vitrine de choix pour diffuser leurs créations, et aux auditeurs de découvrir de nouvelles sonorités et d'être surpris artistiquement. Les objectifs sont la recherche de l'excellence musicale, qu'elle soit francophone ou internationale, afin de défendre une éthique artistique souvent oubliée par les grandes radios commerciales, donner un accès médiatique à

l'émergence tout en permettant au public d'avoir accès à celle-ci via des événements.

Pour ce faire, Radio Campus Grenoble regroupe sur son antenne plus de 20 programmes musicaux dont les caractéristiques principales sont la diversité et la qualité. Ainsi, tous les genres musicaux sont couverts, du rap au rock, en passant par la pop, le reggae, la soul ou l'électro. Certaines plages horaires quotidiennes sont également dévolues à la diffusion musicale grâce à des playlists sélectionnées par les programmeurs.

La découverte radiophonique et sonore ne se limite pourtant pas à la musique. Radio Campus Grenoble cherche également à privilégier la création, par le biais de son comité de lecture. Celui-ci propose plusieurs fois par an diverses productions très ancrées dans la culture « bis » et de genre. Ainsi, plusieurs romans ont été « mis en voix » et en direct, tout au long de l'année 2011 mais également en ce début d'année 2012. Revisitant les codes de la lecture radiophonique, le « comité de lecture du 90.8 » se veut décalé et impertinent, volonté que l'on retrouve dans le choix des œuvres : pilote de Miami Vice, trilogie horrifique « Gore » *2000 sanguinaires*, *Le Banquet sanglant* et *Colore-moi rouge sang* ou encore le très controversé *Blood-Sex*, c'est tout un pan de la culture pop souvent négligée qui revit grâce aux membres du pôle création.

Radio Campus Grenoble a également tenu à participer à la Nuit de l'Evolution et à la Semaine du Son, événements nationaux mettant à l'honneur la production artistique radiophonique.

Le seul véritable frein à la programmation et à la création est le manque de temps : en effet, beaucoup d'albums arrivent à la radio, et l'équipe de programmeurs étant composée d'adhérents, il faut que ceux-ci puissent trouver le temps d'écouter, de sélectionner, de référencer et de programmer les morceaux choisis, avant que la musique ne devienne obsolète et ne soit plus un reflet de l'actualité. De même, une création demande beaucoup d'heures de travail et d'antenne aux membres du comité de lecture, et les productions radiophoniques qui arrivent déjà finalisées à Radio Campus Grenoble doivent nécessairement être programmées après avoir été « habillées » (création d'un jingle annonçant le programme), ce qui nécessite une mobilisation des personnes qualifiées.

#### **2.4.2 Formation aux médias**

Radio Campus Grenoble se définit également comme une « radio école ». Outre les partenariats pédagogiques<sup>17</sup>, elle propose une formation aux adhérents.

Plus qu'un apprentissage technique, c'est surtout une sensibilisation aux médias et à la communication en général qui est mise en avant. Apprendre à parler derrière un micro grâce à un langage approprié, à monter et exposer un projet de bout en bout, à établir des recherches et à se construire un réseau qui pourra être utilisé pour des partenariats, ce sont quelques-unes des différentes facettes de la formation aux médias.

Chaque nouveau bénévole est suivi pour apprendre à maîtriser les bases techniques (enregistrement, post-

---

<sup>17</sup> Voir 2.3.3 : Partenariats pédagogiques, p.44

production, terrain), mais également pour s'initier à la rédaction. Dans l'ensemble, la plupart des adhérents sont autonomes, et capables de gérer eux-mêmes leur technique, leur post-production voire leur programmation, grâce à des acquis quasi professionnels. C'est ce qui est d'ailleurs demandé par la radio, afin d'optimiser le temps de travail des salariés et afin que les animateurs soient capables d'assurer leurs émissions face à un imprévu (notamment en soirée ou le week-end). Malheureusement, certains bénévoles ne voient pas forcément l'intérêt de se former techniquement, et il arrive que certains projets avortent, à cause du manque de flexibilité et de compétences.

Mauvaise prise de son, matériel non allumé ou qui ne fonctionne pas, suppression par erreur, voici autant de petits tracas qui parfois font passer les adhérents à côté d'un sujet inédit ou très riche. Cela reste malgré tout une minorité, et n'empêche aucunement la radio de fonctionner en général correctement et avec fluidité.

### **2.4.3 Source d'informations et vie culturelle locale**

Radio Campus Grenoble est bien entendu un média, et sert donc à établir une transmission de données. Son action radiophonique tourne donc en majeure partie autour des programmes édités par les adhérents. Leurs contenus servent de sources d'informations spécialisées ou globales, internationales, nationales ou encore locales.



La place de Radio Campus Grenoble au sein du territoire et ses multiples partenariats montés au sein de l'agglomération<sup>18</sup> en font donc un acteur de la vie culturelle de la métropole. Cette appartenance à une zone définie est importante. Elle permet de créer une identité de lieu, mettant ainsi en avant des acteurs locaux, qu'ils soient institutionnels ou associatifs, et valorisant les activités de la ville et de ses citoyens.

Il existe cependant selon moi un point faible dans la manière de mettre en place certains partenariats. Certaines informations sur des événements intéressants ne sont pas relayées aux adhérents car l'association considère que si ceux-ci n'ont pas pensé d'eux-mêmes à créer un partenariat sur cette manifestation, ou si la discipline concernée n'est pas couverte par la radio (comme actuellement l'art, la littérature ou le théâtre), c'est qu'il n'a pas lieu d'être. Or, il est clair que même en se renseignant largement, il se peut qu'un événement ait échappé à ces mêmes adhérents qui pourraient se sentir concernés. De cette façon, les bénévoles de l'association se retrouvent souvent enfermés dans leur spécialisation, sans avoir la possibilité (si tant est qu'ils en aient besoin, mais aucune concertation n'a donné lieu à une réponse claire, d'où le problème) de couvrir (par exemple) un festival inconnu, qui aurait pu attirer leur curiosité. Ainsi, des actions de qualité n'ont parfois pas la chance d'obtenir la visibilité qu'offre un média de type radio, alors que des structures qui de toutes manières sont déjà largement fréquentées ou qui accueillent des artistes déjà reconnus se voient offrir une vitrine supplémentaire, telles que le Ciel, qui bénéficie déjà d'un public fidèle.

---

<sup>18</sup> Voir 2.3.4 Partenariats avec les structures de l'agglomération, p.45

Radio Campus Grenoble est un exemple typique du modèle associatif radiophonique. Son fonctionnement, privilégiant la formation semi-professionnelle des adhérents amateurs, ainsi que ses objectifs d'exigence et de diversité répondent à la volonté des acteurs des radios libres d'ouvrir les médias à une pratique plus locale, citoyenne et multiculturelle.

Bien qu'étant une radio associative composée d'amateurs, Campus Grenoble est avant tout une structure qui met en avant le caractère professionnel de ses réalisations, et répond aux mêmes exigences administratives que des médias privés moins alternatifs, la question de la rentabilité en moins.

### **3. Le stage : une mise en application des connaissances au sein d'un apprentissage**

Une association est toujours un lieu riche de rencontres et de découvertes. Participer à son fonctionnement, même dans les aspects les plus théoriques ou administratifs, est une expérience riche en soi. Après avoir redéfini mon projet, une description des missions confiées et de la manière dont elles ont été menées, avec succès ou non, permettra de mieux comprendre les possibilités et les limites que l'on peut rencontrer.

#### **3.1 Projet de stage**

Ce stage était pour moi l'occasion de découvrir l'envers du décor du média commun à tous et pourtant peu connu qu'est la radio.

Radio Campus Grenoble fait partie des structures culturelles grenobloises, et est au centre de la vie du campus. Une expérience de six mois dans cette association était une manière de me familiariser avec le fonctionnement d'une radio associative, tout en me situant à un carrefour où se mélangeaient et se rencontraient les différents acteurs culturels de la ville. L'aspect au premier abord très administratif du stage aurait pu en rebuter plus d'un, mais il me semblait nécessaire d'obtenir des acquis relevant de la coordination, de la gestion, du management, fonctions peu évoquées au cours de mon cursus universitaire.

De plus, je n'avais pas une grande pratique des techniques de communication, car contrairement à plusieurs de mes

camarades, je n'avais pas suivi une formation dans ce domaine. C'était donc l'occasion idéale pour en apprendre un peu plus.

Je savais que je pourrais également encadrer les petits événements proposés par la radio et ses adhérents, ce qui me permettait de toucher à tout : administration, communication mais également événementiel et programmation.

Mon but était donc bien évidemment de mettre en pratique mes compétences tout en les enrichissant de nouvelles réflexions et de nouveaux outils de travail.

### **3.2 Missions confiées : leurs places au sein de l'association**

J'ai pu découvrir divers aspects au sein de l'équipe de coordination de la radio durant ce stage de six mois. Communication, événementiel, vie associative, mais également l'aide à des tâches en général effectuées par les adhérents m'ont permis de mettre en application mes connaissances, et surtout d'apprendre sur le terrain, en toute autonomie.

#### **3.2.1 Actions de communication interne et externe**

Une grosse part de mon stage était tournée vers la communication. En effet, une radio n'étant pas un média statique ni « matériel » (à la différence d'un journal, ou d'un site internet), il était nécessaire de beaucoup communiquer sur les différentes actions de Radio Campus Grenoble, qu'elles soient de l'ordre de l'événementiel ou de l'antenne. C'est donc une tâche régulière et

répondant à la quantité d'informations quotidiennes ou hebdomadaires qui m'a été confiée.

Le site internet de l'association n'étant pas très performant et peu modulable, il m'a été demandé de procéder à un audit de celui-ci, afin de visualiser ses points forts et ses points faibles. Cet audit a ensuite donné lieu à une ébauche d'un nouveau cahier des charges, qui servira lors de la refonte du site web.

Dans le même ordre d'idées que cette observation du fonctionnement du site internet, on m'a demandé de faire un point sur les multiples modes de communication dont disposait l'association, et sa façon de les utiliser, afin de les améliorer et de combler les manques. Plusieurs questions se posaient, notamment celles concernant l'image renvoyée par Campus Grenoble, et la manière d'intéresser et d'accueillir de nouveaux adhérents, et quelles méthodologies étaient à privilégier. J'ai profité de cette recherche pour remettre à jour une partie des contacts partenaires et adhérents de la radio, afin de mieux cibler les campagnes de communication, et surtout d'éclaircir les ressources disponibles, pour être le plus performant possible.

Outre ces missions de recherche et de diagnostics, j'ai tout au long de ces six mois été chargée de la mise à jour des réseaux sociaux, des articles du site internet et de l'envoi de la newsletter interne.

Ainsi, il faut modifier les statuts des comptes Facebook et Twitter quotidiennement, pour signaler certains programmes (voire leur contenu si les animateurs les communiquent), annoncer les évènements réalisés en partenariat (avec bien entendu des liens internet vers les sites ou réseaux sociaux des structures

concernées) ou encore mettre en avant les sélections musicales des programmeurs grâce à des clips vidéos.

A la différence des réseaux sociaux, qui prennent quelques minutes par jour pour être actualisés, le site demande un peu plus de temps. Dès qu'une information importante était à promouvoir, il fallait rédiger un petit texte d'environ 200 mots afin de communiquer à ce propos.

Quant à la newsletter interne, elle est mise à jour de manière hebdomadaire et fonctionne par rubriques. Ces rubriques correspondent aux différents pôles. Radio Campus Grenoble passe par un système de newsletter gratuite éditée depuis un site internet, pour ensuite l'envoyer à tous ses adhérents, actuels et anciens. Les partenaires et le public extérieur n'ont pas accès à ce courrier électronique, mais une newsletter externe est en cours d'élaboration. Les informations majeures concernant l'association, telles que les réunions, appels à projets ou encore les nouvelles émissions, sont relayées via ce courrier. Pour l'actualiser, un tableau en ligne permet aux responsables des pôles d'organisation d'inscrire les annonces qu'ils souhaitent faire passer. Il faut compter environ deux jours pour remplir petit à petit les catégories (antenne, vie associative, hors les murs, coordination, programmation etc) et finaliser cette newsletter, avant de l'expédier en fin de semaine.

Une communication papier existe également, puisque Campus Grenoble dispose de deux encarts au sein du Tramway Nommé Culture<sup>19</sup>. Chaque mois il faut donc envoyer un petit texte de 900 caractères maximum pour faire circuler les informations souhaitées au sein du petit fascicule. L'association a choisi de

---

<sup>19</sup> Agenda culturel mensuel édité par le service culturel de l'Université de Grenoble. Il se penche avant tout sur les manifestations du campus ou destinées aux étudiants, et propose des sorties culturelles gratuites organisées par l'Université.

réserver un encart à l'antenne, afin d'annoncer les nouvelles émissions, les programmes spéciaux, les modalités pour proposer un projet, et un encart à l'associatif, pour annoncer les évènements, mobiliser de nouveaux bénévoles etc.

Etre au plus près de ses auditeurs et de ses adhérents, tel est le résultat principal de la communication de Radio Campus Grenoble actuellement. Celle-ci ne s'étend encore pas beaucoup au champ promotionnel, et est en cours d'évaluation.

### **3.2.2 Coordination de l'événementiel**

Une autre des missions principales que je me suis vue confier fut la coordination d'évènements. Outre son activité radiophonique, Radio Campus Grenoble produit également des actions de type concerts, blind-tests, mix etc. Ces divers évènements se doivent d'être portés par des adhérents, car les salariés n'ont pas vocation à mettre en œuvre la totalité d'une manifestation eux-mêmes. En effet, leur rôle est avant tout d'insuffler de la motivation dans la création de celles-ci et d'assister les membres de l'association pour qu'ils aient les meilleurs outils en main afin de réaliser leurs objectifs. Ces évènements sont des relais à l'émission FM, en faisant découvrir de nouveaux artistes via les concerts, en promouvant certains aspects culturels, ou en s'inscrivant dans une démarche conviviale et de partenariat avec d'autres associations.

J'ai pour ma part eu à encadrer deux évènements : la participation à la semaine thématique de l'Université de Grenoble, et l'organisation d'une soirée, la Garden Party 90.8.

Chaque année le service culturel de l'Université de Grenoble lance une semaine d'évènements autour d'un thème, et Radio Campus Grenoble a l'habitude de participer. Pour cette édition, le thème portait sur l'interdit. Outre des actions créées par les adhérents de la radio et « ayant lieu » à l'antenne, les premières et dernières parties de la soirée « Rue de la Révolution »<sup>20</sup>, furent assurées par l'association Radio Campus Grenoble. Un apéro-mix de musiques funk et soul a pris place dans l'agora extérieure de EVE (Espace Vie Etudiante), suivi d'un blind-test en rapport avec la thématique de la semaine, pendant lequel les participants pouvaient remporter des albums issus de la discothèque de la radio. Un mix de musiques électroniques clôturait la soirée, avec des DJs Campus Grenoble. Mon rôle consistait ici à répondre aux besoins matériels et techniques des adhérents, pour qu'ils puissent mener à bien leurs actions, en travaillant conjointement avec Jean-Rémy Hamoniaux, le stagiaire du service culturel de l'Université, chargé de l'organisation générale.

Pour ce qui est de l'antenne, j'ai surtout eu à fédérer les personnes de l'association, afin que celles-ci aillent au bout des différents projets. Au final, une émission spéciale sur la sexualité (portée par l'équipe du programme 6ème Snooze) a vu le jour, ainsi que diverses pastilles sonores<sup>21</sup> (lectures érotiques, sélection et chroniques de morceaux jugés honteux, publicités anciennes et avant-gardistes de Raymond Scott), une lecture réalisée en direct par Le Comité de Lecture du 90.8 et une rediffusion du travail d'étude de certains étudiants du Master 2 Diffusion de la Culture<sup>22</sup>.

---

<sup>20</sup> Organisée par l'Université, en partenariat avec le festival Les Détours de Babel et le festival Electrochoc.

<sup>21</sup> Création radiophonique courte, ne durant jamais plus de quelques minutes. A la différence d'un jingle ou d'une publicité, la pastille sonore n'a pas de visée promotionnelle.

<sup>22</sup> « DTC ! - Dans ton Casque ! », réalisée à l'automne 2011.



Gestion des plannings, appels téléphoniques et échanges de mails sont donc les tâches principales que j'ai dû effectuer pour mettre en place cet événement, avec notamment de la communication, via le site internet, les réseaux sociaux et la newsletter interne.

Il en fut de même pour la Garden Party, pour laquelle j'ai dû passer du temps au téléphone ou sur ma boîte e-mail. Cette soirée avait été initiée en 2011 de manière privée, au Jardin des Plantes du Museum d'Histoire Naturelle de Grenoble, pour les adhérents et les partenaires de la radio.

Cette année, la Garden Party, nom donné pour symboliser le côté faussement officiel et surtout décalé de la soirée, a eu lieu à EVE, regroupant plusieurs animations, avec entre autres des mix, un blind-test, un espace photo reproduisant un studio radio, équipé de vieux matériel, des visites de la radio et un buffet privé pour les partenaires et les membres de Campus Grenoble.

Ainsi, ma mission a consisté à trouver des adhérents intéressés pour participer à la soirée et organiser des actions, et à trouver le lieu et le traiteur, réserver le matériel et m'occuper de la communication.

Les événements estampillés Campus Grenoble sont donc des projets qui reflètent l'esprit de la radio, et surtout de ses adhérents. Véritables relais à la communication traditionnelle, ils permettent d'offrir une vitrine à l'association, en montrant que ses actions ne se limitent pas à la production radiophonique.

### **3.2.3 Coordination de la vie associative**

Comme j'avais pu en conclure lors de mes précédentes expériences au sein de petites structures associatives, le peu de ressources humaines nécessite une polyvalence dans la plupart des missions. Outre savoir gérer les disponibilités des studios, le suivi des partenariats ou les dossiers de subventions, un poste de coordination au sein de Radio Campus Grenoble impose également de savoir prendre part à la vie de EVE en participant au Comité d'Animation (COMA).

C'est environ tous les quinze jours que se réunit le COMA. Il a pour mission de valider les dossiers de demandes d'occupation de la salle de EVE pour des conférences, concerts, pièces de théâtre, expositions et soirées en tout genre. Composé de membres de l'association Eponyme<sup>23</sup> et de salariés de EVE, des représentants des associations hébergées peuvent également participer. Ces associations sont celles qui occupent des locaux au sein du bâtiment EVE, comme Radio Campus Grenoble bien entendu, mais également IntEGre, l'association d'accueil des étudiants étrangers, ou l'Aleg, Association Ludique des Etudiants Grenoblois, qui organisent des tournois de jeux de société et de rôles sur la campus. Des membres des services culturels de l'Université de Grenoble peuvent aussi siéger à ce comité. Leur rôle est d'étudier les demandes des associations qui souhaiteraient organiser un évènement au sein de EVE, afin de définir si le projet répond aux critères imposés par Eponyme (tarif peu élevé, destiné avant tout aux étudiants, fédéré par une association étudiante, aconfessionnel, démocratique etc). Le COMA permet à Campus Grenoble de prendre totalement part à la vie du bâtiment, en étant décisionnaire au-delà du Conseil d'Administration, d'un point de vue plus convivial et moins institutionnel.

---

<sup>23</sup> Cf note 15

Concernant l'administratif propre à la radio, le plus gros du travail tient dans la gestion des plannings de réservation des studios ou encore la prise en charge des adhésions, donc tout ce qui touche de près les bénévoles de l'association.

Mon stage se déroulant à la suite du départ d'Alexandre Hadade, qui occupait le poste de coordinateur de l'association, je me suis engagée à fournir aux membres du bureau et aux autres salariés une photographie du NAS, le fichier de documents informatiques en réseau. Celui-ci comportant de nombreux dossiers, il était très important que les administrateurs de l'association puissent avoir accès rapidement et facilement aux documents nécessaires dans le cadre de renouvellement de conventions ou encore de préparation de dossiers de subventions.

J'ai par ailleurs eu la chance d'encadrer le dossier pour le Fonds de Soutien à l'Expression Radiophonique<sup>24</sup> 2012. De nombreux documents étaient nécessaires, et les annexes étant primordiales pour véhiculer une bonne image de l'association, j'ai été chargée de les recueillir avec l'aide des adhérents, et de monter une revue de presse pour donner un aperçu le plus exhaustif possible des actions de Radio Campus Grenoble durant l'année 2011. Cette tâche, qui a demandé de nombreuses heures de travail, a été très fructueuse, puisque les aides ont été renouvelées, et a permis au bureau de mettre en place une méthodologie pour les années à venir, puisque jusqu'à maintenant, ce rôle incombait au coordinateur.

---

<sup>24</sup> Voir 2.3.2 Financements, p.42

### **3.2.4 Assistance au pôle programmation**

M'intéressant de près à la musique, j'ai rapidement émis le souhait d'apprendre le fonctionnement de l'équipe de programmation au sein de Radio Campus Grenoble. Son rôle est avant tout de donner sa couleur musicale aux ondes du 90.8, avec rigueur, afin que la charte de nouveauté et de qualité soit respectée.

Le système de classement des albums de cette association est reconnu comme étant très performant et novateur dans le réseau Radio Campus France. Il répond à un nombre de tâches très précises qu'il faut suivre au plus près, afin de faciliter et de fluidifier l'accès aux disques.

Le logiciel « Disco », qui a été conçu par un adhérent, est utilisé afin de référencer tous les albums qui sont envoyés à la radio par des labels, des agents de communication ou des artistes. Plusieurs rubriques sont à remplir, allant du nom de l'artiste et de l'album, à l'année de production, au nom du label, du réseau de distribution, du nombre de pistes, du genre musical, du type de support (CD, vinyle, single, album, support immatériel dans le cadre de documents à télécharger...). Un numéro est alors édité, permettant de classer et de retrouver l'album dans la discothèque.

Une fois référencés, les albums doivent être écoutés par les différents membres du pôle programmation, en fonction de leurs spécialités et affinités. S'ils estiment que certains morceaux répondent à la ligne directrice de l'antenne de Radio Campus Grenoble, ceux-ci seront notés sur le disque, avec la fréquence de rotation à l'antenne recommandée, afin que sa fiche informatique soit mise à jour. Puis ils sont programmés dans le logiciel de

diffusion automatique « Paulo », qui assure l'émission des programmes et des playlists musicales.

Si l'album représente peu d'intérêt, ou est déjà largement diffusé sur d'autres médias, il sera classé en « archive », en restant à disposition des animateurs pour leurs magazines radiophoniques. Si la production reçue est de mauvaise qualité, ou ne correspond pas du tout à ce qui est habituellement programmé sur les ondes du 90.8, il sera noté en « rebut », ou en « cadeau auditeurs », afin de ne pas encombrer l'espace de rangement.

Une fois référencés, écoutés et programmés, les albums peuvent être étiquetés pour être rangés, toujours via le logiciel « Disco ». Si le support est sous emballage cristal (ceci est de plus en plus rare, car les labels et maisons de disques éditent généralement des albums spéciaux pour la promotion, avec de simples pochettes cartons contenant toutes les indications nécessaires aux classements radiophoniques), celui-ci sera retiré afin d'obtenir un gain de place, puis rangé dans la « cédéthèque » de la radio, qui comporte déjà plus de 22000 références<sup>25</sup>. Des mails sont également générés automatiquement depuis le serveur, afin de tenir au courant les labels et artistes de la programmation (ou non) de leurs œuvres.

Pour ma part, j'ai surtout aidé en enregistrant les disques au fur et à mesure de leur arrivée, et en les répartissant entre les différents programmeurs, afin de les faire profiter d'un gain de temps. Ces tâches somme toutes peu complexes demandent en revanche beaucoup d'heures d'investissement, surtout pour l'écoute, et les adhérents de l'association ne pouvant être disponibles à 100% pour cette activité parallèle, il pouvait arriver qu'un retard assez conséquent s'installe durant les grosses périodes de promotion musicale. Je me chargeais ensuite de

---

<sup>25</sup> Références classées, puisqu'il reste un stock d'albums reçus antérieurement à la mise en service de « Disco » qui n'a pas encore été entré dans le logiciel.

l'étiquetage et du rangement, et de la rotation des nouveautés à disposition des animateurs dans le studio.

Etre prêt à donner de son temps et être passionné : ce sont les deux caractéristiques essentielles pour être programmeur. Le besoin de répondre à l'exigence prônée par Radio Campus Grenoble demande donc beaucoup de rigueur et d'implication dans cette activité, car ce sont les artistes choisis pour être programmés qui donneront son identité à la radio.

### **3.3 Mise en place des missions : réussites et limites**

Les deux aspects principaux de ce stage étaient de pouvoir mettre en application les compétences et connaissances acquises pendant mon master, mais également de combler mes lacunes en utilisant de nouveaux outils de travail et de nouvelles méthodologies.

En premier lieu, les règles de rédaction propres à la formation Diffusion de la Culture et acquises pendant ces années de master ont été appliquées lors de l'écriture des articles pour le site. Sans pouvoir réellement diversifier le style d'écriture, j'ai tout de même pu combler mes lacunes sur des sujets inconnus grâce aux techniques qui nous ont été enseignées. Réduire un texte ou au contraire l'habiller, aller chercher des informations sur les films ou artistes mis en avant, trouver le ton le plus adapté... Pouvoir mettre en application ces savoirs, même à petite échelle, aussi rapidement, était un moyen de tester mes aptitudes sur le terrain. Le seul bémol est que cette formation littéraire s'est retournée

contre moi plusieurs fois, notamment dans l'envoi de mail. Ceux-ci sont censés être courts, précis, afin de capter directement l'attention du récepteur, surtout si ce courrier est spontané. J'ai dû apprendre à oublier les formules alambiquées et l'habitude d'étoffer lors de la rédaction de ce type de document, au profit d'une écriture plus simple, plus spontanée et prosaïque, chose qui ne m'était alors plus naturelle.

L'envoi massif de mails m'a donc permis d'apprendre à synthétiser l'information, et l'apprentissage de la mise à jour de la newsletter s'est fait assez rapidement. Cela me permet maintenant de savoir contourner la difficulté technique, en passant par des sites gratuits spécialisés. Devoir analyser le site internet pour relever ses atouts et carences fut également très stimulant, puisque j'ai ainsi pu mettre en exercice les quelques notions assimilées pendant les heures d'informatique suivies au premier semestre 2011-2012.

Ainsi, l'outil internet reste celui qui a été le plus sollicité. Outre les nombreux échanges de courriers électroniques que j'ai pu effectuer, la majorité du travail s'est réalisé grâce au programme GoogleDoc, qui permet de créer des fichiers de traitements de texte ou de calcul sur internet, depuis sa boîte email. Ils peuvent ensuite être partagés avec d'autres personnes, qui peuvent également les modifier. Accessibles depuis internet, ces documents sont facilement modulables et peuvent être suivis avec beaucoup de facilité. Il a fallu que je me détache donc rapidement du pack de travail Office classique. L'emploi de GoogleDoc, malgré ses limites, est très utile dans la vie d'une association telle que Radio Campus, puisqu'il permet de gagner du temps, les décisionnaires n'étant pas constamment sur place.

C'est d'ailleurs une problématique qui m'a semblé assez ardue à contourner. Malgré la réactivité des membres du bureau de l'association, il y a un vrai manque en termes de ressources humaines au sein de Radio Campus Grenoble. L'envoi de mails au sein même de l'association, à destination des adhérents, était souvent sans réponse. Lors de l'organisation des événements, il est arrivé que je ne sache pas encore une semaine avant la date butoir qui allait vraiment s'investir, et à hauteur de combien d'heures, pour quels postes. Ne pas pouvoir réellement mettre en place des activités sans l'aval des adhérents a pu être frustrant. Cependant, la stimulation est venue naturellement, grâce à un noyau de membres de Radio Campus Grenoble très motivé, toujours partants pour venir aider lors de la construction de dossiers ou de l'exécution de missions sur une manifestation.

Il s'est avéré que ce stage a été bénéfique en faisant également ressortir certains défauts personnels dans mon organisation. Les rendez-vous mis en place avec ma tutrice et ma collègue m'ont permis de me rendre compte de certaines faiblesses qui pouvaient, à terme, me porter préjudice dans la réalisation de tâches. En effet, malgré le fait que je me concentre fortement sur une mission pendant la réalisation de celle-ci, au point de détailler au jour le jour l'avancée de cette dernière, même si cela n'est pas nécessaire, j'ai beaucoup de mal à mettre en place le bilan final, à gérer les derniers détails qui permettent de boucler le dossier (compte rendu, rapports méthodologiques etc). Bien que je sache qu'un événement ne se limite pas à sa réalisation et à sa diffusion, il est particulièrement difficile de visualiser ce qui peut suivre. La volonté d'être dans le feu de l'action m'empêche de me concentrer sur des tâches plus minimes et moins excitantes qui permettent de finaliser le tout et de clore définitivement le dossier.



Le fait d'avoir pu en parler ouvertement, sans que cela me soit reproché mais afin de me faire progresser, a été bénéfique, car je pense que je ne commettrais plus cette erreur à l'avenir.

Ainsi, ces six mois de stages m'ont permis d'approfondir et de mettre en pratique certains outils déjà utilisés auparavant, et surtout de me tester en situation professionnelle de longue durée. Cette expérience a également renforcé ma volonté de travailler dans le milieu associatif, malgré les limites que l'on peut parfois rencontrer dans celui-ci, que ce soit du point de vue des ressources humaines ou financières.

## **Conclusion**

Passer six mois à Radio Campus Grenoble et travailler sur les radios libres et associatives m'a fait prendre conscience que la lutte pour les médias libres et indépendants est encore d'actualité. Plus qu'un problème lié au monde de la radio, c'est une question qui touche en fait tout le domaine de la culture aujourd'hui, mélangeant les thèmes du téléchargement légal ou illégal, de l'industrie du disque et de la production culturelle en général, au rôle des médias dans la construction de la société, du libre arbitre et de la libre pensée.

Trente ans ont passé depuis la légalisation des radios libres. Malgré ces trois décennies, on peut se rendre compte que le combat pour une radio indépendante et libre n'est pas encore fini.

Certes, la parole s'est dégagée de ses entraves, certes le monopole de l'Etat sur l'information n'est plus d'actualité. Mais un facteur plus pernicieux menace l'autonomie et l'existence de toutes ces stations associatives, gérées par des passionnés, qui prennent sur leur temps libre pour faire vivre la culture et l'information locale. C'est la compétition marchande et le tout-commercial, qui tel un rouleau compresseur, empêche les jeunes artistes de se faire un nom, uniformise et tire vers le bas le contenu des magazines, dans une logique consumériste toujours plus cynique.

Des alternatives peuvent être trouvées, notamment en encourageant les réseaux alternatifs sur internet et en redéfinissant les notions de gratuité du contenu informatif et culturel. Cela ne pourra se faire sans l'aide des instances

politiques, comme l'a montré le combat des radios libres dans les années 1970. Cette liberté d'expression, et cette diversité, c'est le public qui l'a lui-même arraché, qui n'a pas attendu qu'on daigne lui offrir.

L'aventure des radios libres a prouvé que le système pouvait être changé par les amateurs, par les passionnés, et pas forcément par les professionnels. Agir au sein d'une association, c'est déjà apporter une pierre à l'édifice formé par tous ces médias alternatifs, mais c'est surtout faire vivre des structures qui peinent de plus en plus à fonctionner, car elles manquent de moyens financiers et humains.

Je ne travaillerai peut-être pas dans le monde de la radio, mais ce qui est certain, c'est que cette expérience m'a permis de me sentir réellement impliquée dans un projet de groupe. Le monde associatif m'intéressait déjà fortement, mais surtout par les idées revendiquées. Je me sens actuellement prête à donner de mon temps à ce type de structure, sans forcément occuper un poste salarié (et donc professionnel) au sein de celle-ci. J'ai appris encore une fois peut-être plus sur l'humain que sur le monde du travail (sans non plus oublier les nombreux outils acquis durant cette période bien entendu !). S'engager au sein d'une association, c'est avant tout donner, et ne plus réfléchir sur un mode égocentré. Partager sur les ondes sa passion, c'est aller vers l'autre, et participer à ce qui rapproche les citoyens de son territoire, en privilégiant la diversité et en prônant la tolérance et l'esprit critique.

## Bibliographie / Sitographie

- CHARON Jean-Marie, *Les médias en France*, Paris, Editions La Découverte, Collection Repères, 2003
- COJEAN Annick et ESKENAZI Frank, *FM : La folle histoire des radios libres*, Paris, Editions Bernard Grasset, 1986
- Collectif radios libres populaires, *Les radios libres*, Paris, Petite collection Maspero, 1978
- Collectif Sons en Lutte, *Pour que vivent les radios libres et gratuites contre le rouleau compresseur du numérique*, 27 mai 2012 [consultation le 26 juin 2012] Disponible sur le site de Radios libres en lutte : <http://radiosenlutte.free.fr/spip.php?article73>
- Communiqué d'Infonet, *Radios associatives en danger de mort*, 6 mars 2006 [consultation le 27 juin 2012] Disponible sur le site de l'Acrimed (Observatoire des médias) : <http://www.acrimed.org/article2293.html>
- DALLE Matthieu, *Les radios libres et la fragmentation du champ politique français (1977-1981)*, 2009 [consultation le 8 août 2012] Disponible sur le site du Groupe de Recherches et d'études sur la radio : [http://www.grer.fr/upload/articles\\_en\\_ligne/Les\\_radios\\_libres\\_et\\_la\\_fragmentation\\_du\\_champ\\_politique\\_francais\\_1977-1981.pdf](http://www.grer.fr/upload/articles_en_ligne/Les_radios_libres_et_la_fragmentation_du_champ_politique_francais_1977-1981.pdf)

- LALANDE Aude et PATOUILLARD Victoire, *Avant-propos : Gratuités*, Vacarme, 2010, n°50 [consultation le 27 juillet 2012] Disponible sur le site de Vacarme : <http://www.vacarme.org/article1842.html>
- LEFEBURE Antoine et AIGRAIN Philippe, *Des radios libres à l'Internet libre*, Libération, 23 février 2012 [consultation le 8 août 2012] Disponible sur le site de Libération : <http://www.liberation.fr/medias/01012391619-des-radios-libres-a-l-internet-libre>
- PINEAU Guy, *Les médias associatifs audiovisuels : bref historique et état des lieux*, 28 janvier 2005 [consultation le 27 juillet 2012] Disponible sur le site de l'Acrimed (Observatoire des médias) : <http://www.acrimed.org/article1900.html>
- SABBAGH Antoine, *La Radio, Rendez-vous sur les ondes*, Paris, Gallimard, Collection Découvertes Gallimard - Techniques, 1995

## Quelques sites de références

Site de Radio Campus France <http://www.radiocampus.fr/>

Site de Radio Campus Grenoble <http://www.campusgrenoble.org/>

Site de Schoop, la mémoire de la FM <http://www.schoop.fr/>

## **Annexes**

Annexe 1 : Journal Officiel du 5 août 1993, p.76

Annexe 2 : Radio Campus Grenoble en chiffres, p.78

Annexe 3 : Grille des programmes, p.79

Annexe 4 : Convention entre Radio Campus France et Radio  
Campus Grenoble 2011/2012, p.80