



JOURNÉE MONDIALE DE LA RADIO 2022 - LA RADIO ET LA CONFIANCE

Document de référence

L'UNESCO appelle toutes les stations de radio à célébrer le 13 février la onzième édition de la Journée mondiale de la radio, sur le thème "Radio et Confiance".

Forte de plus d'un siècle d'histoire, la radio reste l'un des médias les plus fiables et les plus utilisés¹. Au fil des ans, la radio a fourni un accès rapide et abordable à l'information en temps réel et à une couverture professionnelle des questions d'intérêt public, ainsi qu'une garantie d'éducation et de divertissement à distance. Faisant le lien entre les technologies "traditionnelles" et les technologies de pointe, la radio offre aujourd'hui une variété de contenus par le biais de différents dispositifs et formats, tels que les podcasts et les sites web multimédias.

Pourtant, tous les citoyens du monde ne pensent pas obtenir les informations dont ils ont besoin. Les récents événements mondiaux et la pandémie de Covid-19 ont érodé la confiance dans les médias en général², alimentée par la circulation de faux contenus qui se répandent rapidement sur les médias sociaux. Parallèlement, le contexte financier, la réduction forcée du personnel et la perte de publicité au profit des sociétés Internet ont accéléré la baisse des revenus des médias, y compris pour la radio, et augmenté les coûts des informations vérifiées, en particulier pour les radios locales.

Cependant, des études spécifiques sur les médias révèlent un déclin global de la confiance dans l'Internet et les réseaux sociaux.³, mais une augmentation de la confiance globale dans les informations⁴. Et de nombreux citoyens accordent toujours une plus grande confiance à la radio qu'à tout autre média⁵. Ce niveau de confiance renforce encore l'importance de fournir aux citoyens des informations précises et fiables, quel qu'en soit le coût, car c'est ce que les gens attendent des médias à l'heure où des vies sont en jeu.

¹ En particulier en Europe, selon le rapport 2021 de l'UER sur la confiance dans les médias, https://www.ebu.ch/publications/research/login_only/report/trust-in-media

² [2022 Edelman Trust Barometer | Edelman](https://www.edelman.com/trust-barometer)

³ https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2021-06/Digital_News_Report_2021_FINAL.pdf

⁴ <https://www.ebu.ch/files/live/sites/ebu/files/embed/MIS-infographic/trust-in-media/index.html>

et <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2021>

⁵ [Trust in Media | EBU](https://www.ebu.ch/publications/research/login_only/report/trust-in-media)

La confiance des gens dans la radio est due en partie à son faible coût et à son omniprésence. Bien que la numérisation soit une tendance mondiale, l'accès numérique à l'information est loin d'être égal, de grandes différences subsistent entre les régions et entre les communautés, en termes d'abonnement à l'internet et de possession d'ordinateurs à domicile⁶. En comparaison, la radio reste abordable et peut être écoutée partout, même lorsque l'électricité ou la connectivité ne sont pas fiables. La radio est donc l'un des moyens de communication les plus populaires, utilisé par une écrasante majorité de personnes.

La numérisation favorise encore l'impact de la radio en tant que source d'information importante pour les personnes handicapées, puisque de nouveaux services et contenus peuvent être développés pour exploiter les capacités des haut-parleurs intelligents ou des récepteurs de radio accessibles.

Ce type de diversité et d'inclusion, ainsi que d'autres, devient crucial pour maintenir et augmenter les niveaux de confiance dans les médias. A cet égard, la radio a également un rôle clé à jouer, car elle peut intégrer des programmes pour les minorités ou donner le micro à des communautés spécifiques de manière plus facile que d'autres types de médias, qui nécessiteraient un déploiement coûteux de services linguistiques ou d'équipes de tournage. La radio communautaire, par exemple, s'adresse aux personnes sous-représentées dans les médias grand public et sociaux, qui peuvent se sentir mieux comprises et représentées de manière équitable et, par conséquent, accorder leur confiance à leur station locale. La radio peut confortablement répondre à l'appel du public en faveur de la diversité dans la salle de rédaction et le contenu éditorial.

SUBTHEMES

La confiance dans le journalisme radio

Produire un contenu indépendant et de qualité

Le respect des normes de base du journalisme éthique est devenu un défi dans l'ère numérique actuelle. Cependant, afin de conserver ou d'accroître la confiance des auditeurs, le journalisme doit continuer à se fonder sur des informations vérifiables qui sont partagées dans l'intérêt public, qui obligent les puissants à rendre des comptes et qui aident la société à construire un meilleur avenir pour tous.

Dans ce contexte, l'indépendance éditoriale est essentielle, car elle peut démontrer la capacité des stations de radio à apporter des informations libres de toute influence. En outre, la compréhension des technologies numériques et des plateformes sociales est essentielle pour éviter la circulation d'informations non vérifiées. Investir dans la vérification des faits, le journalisme d'investigation et la vérification rigoureuse des sources et du contenu sont autant de pratiques que les radiodiffuseurs pourraient renforcer pour conserver la confiance du public.

Un public informé, doté de compétences en Education aux Médias et à l'Information, est également nécessaire pour que les auditeurs découvrent, consomment et réagissent de manière

⁶ UIT, Mesurer les TIC pour le développement, <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/coreindicators/default.aspx>

critique au contenu, et apprécient ainsi le journalisme de qualité que la station de radio leur apporte. De plus en plus de stations de radio incluent donc des émissions d'Education aux Médias et à l'Information dans leur grille de programmation.

Confiance et accessibilité

Prenez soin de votre public

Gagner la confiance des auditeurs implique de véhiculer la diversité sous toutes ses formes : origines du personnel, sources d'information, formats, canaux de distribution, programmation, contenu éditorial, etc. Les personnes qui se sentent représentées et peuvent accéder à des informations qui leur sont utiles peuvent devenir des auditeurs fidèles.

Cependant, s'adresser à un groupe d'auditeurs sélectionnés implique de répondre aux besoins d'information de tous les auditeurs et d'être un catalyseur de l'intégration et de la participation sociale - y compris des personnes handicapées. Les plateformes de radio numérique offrent un terrain propice à l'innovation en matière d'accessibilité du contenu pour ces dernières, comme l'utilisation de langues des signes ou de sous-titres automatisés pour le public malentendant lors de la diffusion en continu, ou l'annonce du contenu pour les auditeurs non-voyants

En outre, la voix étant la principale ressource de communication à la radio, les stations ayant la possibilité de recruter du personnel handicapé, par exemple des animateurs de radio non-voyants, pourraient le faire savoir. Leur expérience pourrait être une source d'inspiration pour les auditeurs.

En termes de diversité, la radio participative, comme la radio communautaire, est également importante pour s'assurer que les communautés d'intérêt, en particulier les groupes difficiles à atteindre, sous-représentés ou issus de la diaspora, ne se sentent pas en marge de l'élaboration des nouvelles et peuvent faire confiance à la radio.

Confiance et viabilité des stations de radio

Assurer la compétitivité

Comment la radio peut-elle survivre lorsque la crise financière frappe le marché des médias ? Comment transformer l'engagement d'un public fidèle en pérennité financière ?

Ce sous-thème lie la survie économique des stations de radio à leur capacité à attirer et à conserver une base d'auditeurs fidèles suffisamment importante pour être viable ou à intégrer l'interaction avec les auditeurs dans leur modèle économique.

La plupart des stations de radio sont des petites ou moyennes entreprises, quand elles ne sont pas totalement à but non lucratif, et se trouvent dans une situation difficile. Même la radiodiffusion de service public est confrontée à la réticence des citoyens à payer des taxes audiovisuelles à l'heure des services de streaming et des webradios, alors qu'ils peuvent accéder au contenu autrement.

De nouveaux modèles de financement doivent être étudiés et discutés, par exemple les abonnements, les modèles d'adhésion, le paiement du contenu à l'écoute, la publicité très locale et autres.

Hashtag officiel :

#WorldRadioDay

#JournéeMondialedeLaRadio

#DiaMundialdeLaRadio

CONTACTS

Coordination de la Journée Mondiale de la Radio

Davide Storti, d.storti@unesco.org

Eugenia Rudenko, i.rudenko@unesco.org

Xu Jing, ji.xu@unesco.org

Valeria Nadal, v.nadal@unesco.org

<https://worldradioday.org>

