



تجربه راديو در فرانسه



● ترجمه: محمد خانيان

مقدمه

راديو از بدو تأسيسش در فاصله دو جنگ جهاني تا به امروز، پيوسته به گونه‌اي قابل ملاحظه تأثيرگذار بوده است. اين وسيله ارتباطي از چنان قابليت دسترسي بالايي برخوردار است که حتي براي مردم بي سواد و ساکنان مناطقي که فاقد الکترېسته مي باشند به سهولت قابل استفاده بوده و همچنين مي تواند در حين انجام ساير فعاليتها شنيده شود. علاوه بر اين، راديو به راحتی امکان انعکاس مستقيم سخنان شنوندگان خود را فراهم مي آورد؛ امري که موجب مي شود تا اين وسيله به عنوان فعال ترين و در عين حال «غير قابل کنترل ترين» رسانه مطرح گردد.

کشور فرانسه با دارا بودن بيش از ۱۰۰۰ ايستگاه راديويي، در سطحي بسيار بالاتر از آلمان و بریتانيا، در کنار ایتالیا قرار گرفته است. همچنين اين کشور با دراختيار داشتن ۵۰۰ شرکت راديويي برآمده از عصر «راديوهاي آزاد»، از ساير کشورها متمايز مي باشد.

درآمدهاي حاصل از تبليغات که گواه پويايي و سلامت راديو مي باشند، در اين کشور بالاتر از ساير کشورهاست، به طوري که در سال ۲۰۰۴ اين درآمدها بالغ بر ۲/۹ ميليارد يورو بوده است. در بين فرانسوي ها راديو بيش از ساير رسانه ها مورد توجه است، به گونه اي که ۸۷٪ از ايشان دست کم روزي يکبار، حدوداً به مدت ۱۹۲ دقيقه به آن گوش مي دهند. هر خانواده به طور متوسط شش دستگاه راديو در اختيار دارد. صبح ها بين ساعات هفت تا نه که راديو بيشترين تعداد شنونده را دارد، مناسب ترين زمان جهت پخش پيام هاي تبليغاتي مي باشد. در اين فاصله زماني، روزنامه نگاران و سياستمداران صاحب نام به تجزيه و تحليل اخبار روز از طريق راديوهاي عمومي (généralistes) مي پردازند. در همين راستا از سال ها پيش به اين سو الن دوامل (Duhamel Alain) نطق خود را در راديو LTR در ساعت ۷:۵۰ شروع مي کند و ژان-پير الکاباچ (Jean-pierre Elkabbach) نيز در ساعت

۸:۲۰ به مصاحبه با شخصیت‌های سیاسی در رادیو اروپای ۱ می‌پردازد.

در حوزه رادیو تنوع زیادی وجود دارد که از جمله می‌توان به برنامه‌های تریبون آزاد مورد علاقه جوانان، رادیوهای موسیقی و رادیوهای عمومی اشاره نمود که بر سر جذب شنونده و پیام‌های تبلیغاتی با یکدیگر به رقابت می‌پردازند. در پی این رقابت‌ها، رادیوهای خصوصی رادیوهای دولتی را به تصرف انحصاری فرکانس‌ها متهم می‌کنند. این کشمکش‌ها گواه آن است که رادیو واحدی زنده و مطالبه‌جوست که در آن رقابت‌ها به اوج خود می‌رسند.

پیشینه‌ای طولانی بین خصوصی و دولتی
سیستمی بدواً خصوصی که با شروع جنگ متوقف گردید رادیو از لحاظ قدمت تاریخی پس از مطبوعات نوشتاری، دومین



رادیو ورونیکا
اولین رادیوی
غیرقانونی در اروپا
بود که پخش
برنامه‌های خود را
از روی یک کشتی
در وسط دریای
هلند آغاز نمود.

گزارشی تهیه و پخش نمود. به‌دنبال وی ژان نوآن (Nohian) (Jean) برنامه‌ای به نام **بچه‌ها آواز می‌خوانند** را از طریق ایستگاه پاریس پخش کرد. همچنین مارسل بلوستن-بلانشه رادیویی با نام **رادیو سیتِه (Radio cite)** راه‌اندازی نمود که مسابقه کروشه را روی آنتن برد.

در پی احساس خطر مطبوعات نوشتاری از حضور رادیو در بازار تبلیغات، دولت در سال ۱۹۳۳ برای هر دستگاه گیرنده رادیو، مالیات مقرر نمود. علاوه بر آن پخش پیام‌های تبلیغاتی از طریق رادیوهای دولتی ممنوع اعلام شد و پخش بولتن‌های خبری به بعد از ساعت ۱۳ موقوف گردید. همچنین هر ایستگاه رادیویی موظف به شراکت با یک نشریه گردید که از جمله می‌توان به شراکت رادیو تولوز با نشریه **لا دپش دو تولوز (de Toulouse La Dépeche)** و یا رادیو سیتِه با نشریه **لاترانزیژان** اشاره نمود. با وجود این، فرانسوی‌ها در سال ۱۹۳۹ در اقدامی گسترده تعداد پنج میلیون دستگاه رادیو را خریداری کردند.

اینگونه رادیو خود را به‌عنوان رسانه غالب تحمیل نمود. در زمان جنگ، رادیو نقش مهمی را بر عهده گرفت و در حالی‌که مطبوعات نوشتاری تحت کنترل بودند، مورد استفاده آلمانی‌ها، ویشی (vichy) و گروه مقاومت فرانسه قرار گرفت. حتی ژنرال دو گُل فراخوان ۱۸ ژوئن خود را از طریق رادیو لندن اعلام نمود. اما پس از جنگ و به‌دنبال آزادسازی فرانسه، دولت در اقدامی انحصارطلبانه پس از مصادره ایستگاه‌های خصوصی، مرکز پخش رادیو فرانسه (RDF) را دایر نمود و ایستگاه‌های فرستنده آن را در سراسر کشور مستقر ساخت. در پی این اقدام، **رادیو پاریس** انتر پخش برنامه‌های خود را بر روی امواج بلند از طریق فرستنده الویس (Allouis) واقع در منطقه شر (cher) آغاز کرد. اما در

رسانه به حساب می‌آید. پیدایش آن به سال ۱۸۹۶ یعنی زمانی برمی‌گردد که مارکونی از کشور ایتالیا، آن را بر روی کشتی آزمایش کرد. در فرانسه نخستین برنامه‌ها از روی برج ایفل در سال ۱۹۲۱ پخش شد. در ابتدا موریس پریوا (Maurice Privat) ایستگاه رادیو را تأسیس کرد که بعدها به رادیو پاریس تغییر نام داد. سپس به‌دنبال وی، پل دوپوی، مدیر روزنامه **لو پتی پاریزین (Le Petit Parisien)** ایستگاه پاریس را راه‌اندازی نمود. در ادامه تقریباً در تمامی شهرهای بزرگ، رادیوهای خصوصی و دولتی به‌وجود آمدند.

در سال ۱۹۲۹ ژان آنتوان - روزنامه‌نگار در نشریه **لاترانزیژان (L' Intransigeant)** - از نخستین دوره مسابقات تور دو فرانس

سال ۱۹۴۹ به دنبال ظهور تلویزیون، RDF به مرکز پخش رادیو-تلویزیون فرانسه (RTF) تغییر نام داد.

RTF و رادیوهای برون مرزی

در خلال جنگ جهانی دوم شرکت مالی رادیو (SOFIRA) با سرمایه‌گذاری مشترک آلمان و فرانسه تأسیس گردید، اما با آزادسازی فرانسه، اموال آلمانی‌ها توقیف شد و شرکت مزبور با ساختار جدیدی با نام SOFIRAD به تأمین منافع دولت در رادیو تا سال ۲۰۰۱ ادامه داد.

SOFIRAD پس از شکل‌گیری، به صورت شریک مالی رادیوهای برون‌مرزی‌ای درآمد که از طریق فرستنده‌های مستقر در خارج از کشور برای داخل برنامه پخش می‌کردند. از بین این رادیوها می‌توان به رادیو لوکزامبورگ و رادیو آندور اشاره کرد که به ترتیب پخش برنامه‌های خود را از سال ۱۹۲۵ و ۱۹۳۹ آغاز کرده بودند. رادیوی دیگر، رادیو مونت کارلو نام داشت که از سال ۱۹۴۳ اقدام به پخش برنامه برای جنوب کشور نموده بود. به دنبال شکل‌گیری این شراکت‌ها، رادیو دره‌های آندور (vallés d' Andorre) نام به رادیو جنوب (Sud Radio)، در تولوز استقرار یافت و پخش برنامه‌های خود را برای منطقه پهناور غرب کشور آغاز کرد. رادیو

سن تغییر مکان داد و ایستگاه‌های آن از نو، فرانس انتر، فرانس موزیک و فرانس کولتور (France culture) نامگذاری شدند. یک‌سال بعد، دفتر رادیو-تلویزیون فرانسه (ORTF) راه‌اندازی شد. این دفتر رادیو، تلویزیون و سایر دستگاه‌های تولید برنامه دولتی را در قالب شرکت تولیدی فرانسه (SFP) به دور هم گرد آورد. اما در سال ۱۹۷۴ با انحلال ORTF، ایستگاه‌های دولتی مجدداً در قالب رادیو فرانس متمرکز گردیدند.

با ظهور فناوری تغییر فرکانس و امکان پخش برنامه از طریق فرستنده‌های کوچک، انقلابی در حوزه رادیو پدید آمد. رادیو ورونیکا اولین رادیوی غیرقانونی در اروپا بود که پخش برنامه‌های خود را از روی یک کشتی در وسط دریای هلند آغاز نمود. در سال‌های پایانی دهه ۷۰ رادیوهای آزادی همچون رادیو فیل بلو (Fil Bleu) یا رادیو ریپوست (Riposte) به‌طور گسترده در آپارتمان‌ها و گاراژها راه‌اندازی شدند. در سال ۱۹۸۰ رادیو فرانس سه ایستگاه محلی نخستین خود به نام‌های فرکانس شمال (Nord Féréquence) در لیل، رادیو ماین (Radio Mayenne) و رادیو ملان (Radio melun) را راه‌اندازی نمود. اما با به‌قدرت‌رسیدن سوسیالیست‌ها هرگونه انحصار در حوزه رادیو به موجب قانون سال ۱۹۸۲ لغو گردید.

گروه‌های عمده رادیویی

۱. براساس نظرسنجی میدیامتری بر روی ۷۵۰۰۰ نفر بین ژانویه تا مارس ۲۰۰۵، دوشنبه‌ها تا جمعه‌ها
۲. براساس گزارش فعالیت شورای عالی صداوسیما در سال ۲۰۰۴

گروه	مجموع شنوندگان روزانه ^(۱)	تعداد فرکانسهای FM ^(۲)	شنوندگان احتمالی موج FM	رقم معاملات گروه	سهامدار اصلی	درصد شنوندگان سایر ایستگاه‌های گروه
رادیو فرانس	۱۰/۲٪	۲۶۰۰	---	۵۱۹	دولت	فرانس انفو ۹/۶٪، فرانس کولتور ۱/۲٪، فرانس موزیک ۱/۸٪، لو موو ۱/۱٪، فرانس بلو ۹/۸٪
گروه RTL	۱۲/۱٪	۴۸۳	۱۱۰	۲۴۴	RTL GROUP	RTL ۴/۶٪ فان رادیو ۶/۶٪
لاگارد (Lagardère)	اروپا ۱ ۹/۲٪	۵۶۰	۱۱۴	۲۰۰	لاگارد	اروپا ۵/۸٪ RFM ۵.۵٪
گروه NRJ	۱۲/۵٪	۶۴۹	۱۳۲	۳۲۵	ژان-پل بودکرو	Chérie FM ۶٪ Rire et Chanson نوستالژی ۳/۶٪
نکست رادیو (Nextradio)	RMC Info	۱۳۶	۲۸	۱۸	Nextradio	BFM ۴/۲٪

اروپای ۱ پخش برنامه‌های خود را از طریق فرستنده‌هایی در ناحیه سار آلمان در سال ۱۹۵۵ آغاز نمود. در سال ۱۹۶۳، مرکز پخش رادیو-تلویزیون فرانسه (RTF) به ساختمان بزرگ و مدور خانه رادیو واقع در حاشیه رودخانه

رادیو، واحدی پویا و متنوع
قطب دولتی نیرومند
رادیو فرانس

برخلاف BBC بریتانیا، ARD آلمان و RAI ایتالیا، کلیه

رادیوها و تلویزیون‌های عمده دولتی در فرانسه در دو بخش مجزا یعنی رادیو فرانس و فرانس تلویزیون متمرکز شده‌اند.

رادیو فرانس با دراختیارداشتن ۴۰۰۰ کارمند دائمی که بیش از ۶۰۰ نفرشان روزنامه‌نگار هستند، در چندین حوزه فعالیت می‌کند. مهم‌ترین بخش‌های این رادیو یعنی فرانس انتر (ایستگاه تاریخی بازمانده از پاریس انتر) و فرانس انفو (France Info) (شبکه خبری ۲۴ ساعته، راه‌اندازی شده در سال ۱۹۸۷ توسط ژروم بلا) هر یک در حدود ۱۰٪ از شنوندگان روزانه رادیو را به خود اختصاص داده‌اند. فرانس انفو همانند روزنامه‌های ملی و تلویزیون‌های خبری ۲۴ ساعته، رویدادهای روز را با حساسیت بسیار بالایی دنبال می‌کند. تعداد شنوندگان روزانه این رادیو در خلال جنگ عراق و یا در زمان شکل‌گیری اعتصابات علیه بازنشستگی‌ها در سال ۲۰۰۳، بالغ بر ۱۱/۶٪، یعنی معادل تعداد شنوندگان رادیو NRJ در همان زمان بوده است. رادیو فرانس بلو با پخش برنامه‌های خود از طریق ۴۳ ایستگاه منطقه‌ای توانسته است حدوداً ۷٪ شنوندگان رادیو را به خود اختصاص دهد.

سایر ایستگاه‌ها همانند فرانس کولتور (France culture) و فرانس موزیک دارای شنوندگانی وفادارتر اما پرتوقع‌اند. تعداد این شنوندگان بین یک تا دو درصد مجموع شنوندگان روزانه رادیو

کردن سازوکار چهار شبکه موجود، دست به سازماندهی مجدد فرکانس‌ها زد. این شبکه‌ها عبارت بودند از: رادیو فرانس‌های محلی، رادیو بلوهای بزرگسالان (Radio Bleu)، اف.ای.پ.ها (FIP) و لوموو. در طی این عملیات، از ترکیب رادیوهای محلی با رادیو بلو، رادیو فرانس بلو (France Bleu) به‌وجود آمد. همچنین تعداد ایستگاه‌های FIP از نه به چهار ایستگاه مستقر در شهرهای بزرگ پاریس، بوردو، استراسبورگ و نانت کاهش یافت.

چهار سال بعد در سال ۲۰۰۴ کاوادا ریاست رادیو را به منظور حضور در عرصه سیاست ترک نمود. وی با انتخاب شدن به عنوان نماینده UDF (اتحاد برای دموکراسی فرانسه) در اروپا، عملاً به سال‌ها فعالیت روزنامه‌نگاری (به‌ویژه برنامه پیشروی قرن، پخش - شده از فرانس ۳) و مدیریت رسانه‌های صوتی تصویری دولتی (ریاست RFO و la Cinquième) اش خاتمه داد. پس از وی تا به امروز ریاست رادیو فرانس بر عهده ژان پول کلوزل (Jean-Paul Cluzel) بوده است. نامبرده همچنین از سال ۱۹۹۹ تاکنون به عنوان بازرس امور مالی در رأس رادیو فرانس انترناسیونال انجام وظیفه نموده است. رادیو فرانس همانند سایر تشکیلات صوتی و تصویری دولتی، کشمکش‌های اجتماعی غالباً طولانی‌مدتی را



می‌باشد. رادیو اف.ای.پ (FIP) (راه‌اندازی شده در سال ۱۹۷۱) و رادیو لوموو (Le Mouve) (مستقر در شهر تولوز)، به جوانان اختصاص داده شده‌اند. علاوه بر این، رادیو فرانس دارای مؤسسات و نهادهای موسیقی بزرگی همچون ارکستر ملی و گروه کر رادیو فرانس می‌باشد که بیش از ۳۰۰ موسیقیدان را در استخدام خود دارند.

پخش پیام‌های بازرگانی از طریق این رادیو قدغن بوده است؛ امری که دستمایه این شعار ژاکلین بودریه (Jacqueline Baudrier)، رئیس وقت رادیو در سال‌های ۷۰ قرار گرفت که می‌گفت: «به تفاوت گوش دهید». البته باید گفت که پخش پیام‌های تبلیغاتی سازمان‌های شناخته‌شده‌ای همچون بانک‌ها و مؤسسات بیمه، مجاز بوده است، هر چند که پاره‌ای از شنوندگان و روزنامه‌نگاران این میزان تبلیغات را برنتابیده‌اند. رادیو فرانس از لحاظ کیفیت برنامه‌ها و پخش نامحسوس تبلیغات آشکارا بر اکثر تلویزیون‌های دولتی پیشی گرفته است.

در سپتامبر سال ۲۰۰۰ ژان ماری کاوادا (Marie Cavada) - (Jean) - رئیس وقت رادیو فرانس - در عملیاتی گسترده با منطقی-

نقاط عطف تاریخچه رادیو فرانس انتر

رادیو فرانس به‌واسطه پخش برنامه‌هایی بسیار طولانی‌مدت توسط مجریانی قدیمی، دارای پیشینه تاریخی برجسته‌ای است. از جمله این برنامه‌ها می‌توان به تداوم پخش برنامه نقاب و پر از سال ۱۹۵۴ و برنامه مسابقه هزار فرانکی از ۱۹۵۷ تا به امروز و پخش برنامه رادیوسکویی ژاک شانسل (Jacques Chancel) از ۱۹۶۸ تا ۱۹۸۲ اشاره نمود. همچنین کلود ویله از سن ۱۹ سالگی به مدت چهل سال به عنوان دستیار ژوزه آرتور در تهیه برنامه باشگاه پاپ (شروع شده از ۱۹۶۵) به وی کمک کرده است. نامبرده همچنین برنامه‌هایی مذهبی همچون دادگاه هذیان‌گویی‌های علنی و پیشرفت یا رویا را تهیه نموده است. ژوزه آرتور در سال ۲۰۰۵ اجرای برنامه خود را متوقف نمود.

رؤسای رادیو فرانس

- ژاکلین بودریه (۱۹۸۱-۱۹۷۵)
- میشل کوتا (۱۹۸۱-۱۹۸۲)
- ژان-نوتل ژاننی (۱۹۸۶-۱۹۸۲)
- رونال فور (۱۹۸۹-۱۹۸۶)
- ژان مائو (۱۹۹۵-۱۹۸۹)
- میشل بو یون (۱۹۹۸-۱۹۹۵)
- ژان-ماری کاواد (۲۰۰۴-۱۹۹۸)
- ژان-پل کلوزل (۲۰۰۴ تا به امروز)

RFI

در کشورهای آفریقایی فرانسوی زبان که در آنها مطبوعات توسعه چندانی نیافته و رادیوهای ملی غالباً به صورت ابزار تبلیغاتی درآمده‌اند، RFI نقش بسیار تأثیرگذاری را ایفا می‌کند. این رادیو در قیاس با سرویس جهانی BBC، صدای آمریکا و دوپچه وله آلمان توانسته است طیف بسیار وسیعتری از شنوندگان را به عنوان مثال در داکار یا اوآگادوگو به سوی خود جذب کند. اما با وجود این بین این رادیو با دول و قوای سیاسی کشورهای مزبور روابط تیره‌ای حاکم می‌باشد، به گونه‌ای که ما در این کشورها شاهد اخراج روزنامه‌نگاران، عدم تمدید اعتبارنامه ایشان و به تعلیق درآمدن پخش برنامه‌های رادیویی هستیم. این روابط بحرانی در اکتبر ۲۰۰۳ قتل ژان هلن (Jean Helene) رئیس اسبق بخش آفریقای RFI را به دنبال داشت.

رادیو RFI با داشتن ۴۵ میلیون نفر مخاطب در سراسر جهان که نیمی از ایشان آفریقایی می‌باشند، عضو تشکیلات صوتی تصویری خارجی وابسته به وزارت امور خارجه است. این رادیو که در سال ۱۹۷۵ در دل رادیو فرانس شکل گرفت در واقع وارث همان رادیوی مستعمرات (Poste colonial) بود که از دهه ۳۰ فعالیت خود را آغاز کرده بود. اما این رادیو در سال ۱۹۸۷ به صورت مستقل درآمد و خود دارای چندین شعبه گردید که از جمله می‌توان به رادیو پاریس لیسبون (Radio Paris Lisbonne) و نیز رادیو Moen-Orient RMC اشاره نمود که کشورهای خاور نزدیک را تحت پوشش خود قرار داده است. برنامه‌های رادیو RFI به زبان فرانسه و ۱۷ زبان خارجی دیگر پخش می‌شود. رادیوهای بین‌المللی همیشه برنامه‌های خود را بر روی امواج کوتاه پخش نموده‌اند. اما این روش بسیار پرهزینه بوده و صدای پخش شده از کیفیت پایینی برخوردار است؛ به همین دلیل از چند سال قبل RFI به منظور رقابت با سایر رادیوها و بالاتر بردن کیفیت صدای خود در شهرهای بزرگ، پخش برنامه‌های خود را بر روی امواج FM آغاز کرده است و بدین ترتیب امروزه پخش برنامه‌های این رادیو بر روی امواج کوتاه در اروپای شرقی و آمریکای شمالی متوقف گردیده است.

در خود کشور فرانسه RFI تنها در ایل دو فرانس بر روی

امواج FM به زبان فرانسه و بر روی امواج متوسط هم به زبان فرانسه و هم به ۱۷ زبان دیگر برنامه پخش می‌کند. این رادیو میزان قابل ملاحظه ۲/۵٪ شنونده، به‌خصوص در بین جوامع آفریقایی مستقر در فرانسه را به خود اختصاص داده است. اما موفقیت رادیو فراتر از این میزان می‌باشد، زیرا در قیاس با سایر رادیوهای ملی، اطلاعات بین‌المللی بسیار گسترده‌تری را در اختیار مخاطبان خود قرار می‌دهد.

RFI که از سال ۲۰۰۴ تاکنون تحت ریاست آنتوان شوآرتز (Antonie Schwartz) اداره می‌شود، از بودجه ۱۲۹ میلیون یورویی برخوردار است. این بودجه توسط وزارت امور خارجه و از طریق اخذ آبونمان تأمین می‌شود. این رادیو در حدود ۸۰۰ کارمند دائمی در اختیار دارد که ۳۰۰ نفرشان روزنامه‌نگار هستند؛ علاوه بر آن ۳۰۰ خبرنگار در خارج از کشور به این رادیو یاری می‌رسانند که در حدود ۱۰ نفر از ایشان به‌طور دائمی در خدمت رادیو هستند.

فرانس انفو همانند روزنامه‌های ملی و تلویزیون‌های خبری ۲۴ ساعته، رویدادهای روز را با حساسیت بسیار بالایی دنبال می‌کند. تعداد شنوندگان روزانه این رادیو در خلال جنگ عراق و یا در زمان شکل‌گیری اعتصابات علیه بازنشستگی‌ها در سال ۲۰۰۳، بالغ بر ۱۱/۶٪، یعنی معادل تعداد شنوندگان رادیو NRJ در همان زمان بوده است.

گروه‌های بزرگ ملی غیردولتی

امروزه در فرانسه چهار گروه عمده ملی غیردولتی وجود دارد. در واقع رادیوهای برون‌مرزی قدیمی - مثل RTL، اروپای ۱ و RMC - به تدریج رادیوهایی را که در پی آزادسازی امواج به وجود آمده بودند، باز خرید نموده و از این طریق گروه‌هایی ملی را تشکیل دادند. از بین همه آن رادیوهای نوظهور تنها NRJ توانست حضور خود را به صورت یک گروه ملی در کنار رادیوهای قدیمی نامبرده شده تحمیل نماید.

به موجب قوانین منع تمرکز مشاغل، گروه‌های رادیویی نمی‌توانند بیش از ۱۵۰ میلیون شنونده بالقوه داشته باشند که این رقم مجموع شنوندگان بالقوه تمامی ایستگاه‌های آنها را در برمی‌گیرد. به موجب این قانون و با توجه به جمعیت ۶۵ میلیونی فرانسه، هر گروه تنها می‌تواند سه یا چهار شبکه ملی در اختیار داشته باشد.

جذب شنونده شرطی اساسی برای فعالیت رادیوهای غیردولتی

است، زیرا این رادیوها مخارج خود را به‌طور کامل از طریق پخش تبلیغات تأمین می‌کنند. از اول ژانویه ۲۰۰۷ شبکه گسترده توزیع محصولات اجازه خواهد یافت تا تبلیغ محصولات خود را از طریق کانال‌های تلویزیونی ملی هرترزی پخش نماید؛ امری که چشم‌انداز اقتصادی رادیو را در معرض خطر قرار خواهد داد، زیرا تقریباً یک سوم درآمدهای رادیو از راه پخش این تبلیغات به‌دست می‌آید.

RTL Group

RTL به مدت ۲۰ سال در صدر رادیوهای فرانسه قرار داشت تا اینکه مؤسسه مדיامتری (Médiamétrie) در سال ۲۰۰۲ زیر فشار رادیوهای موسیقی، جوانان ۱۳ تا ۱۵ ساله را در نظرسنجی خود شرکت داد و بدین ترتیب **RTL** جای خود را به **NRJ** واگذار نمود؛ اما با وجود این **RTL** همچنان یکی از پرشنونده‌ترین رادیوها با جذب ۱/۱۲٪ شنونده باقی مانده است. **RTL** همچنین یکی از قدیمی‌ترین رادیوهای اروپاست.

در حدود ۳۰ تلویزیون رایگان در اروپا را شامل می‌شود. از بین این تلویزیون‌ها می‌توان به **RTL**، **RTL2**، **Super RTL** در آلمان، **RTL4**، **RTL5** و **ورونیکا** در هلند، **M6** در فرانسه (پردرآمدترین شبکه با کسب ۲۳٪ از مجموع درآمدهای گروه)، **Five** در بریتانیای کبیر و تلویزیون مشارکتی **Antena3** در اسپانیا اشاره نمود. این گروه علی‌رغم راه‌اندازی شبکه پردرآمد **World Premiere** در سال ۱۹۹۱ در کشور آلمان، نتوانست حضور آن را به دیگر رقبا تحمیل نماید و مجبور به فروش آن در سال ۱۹۹۹ به لئو کیرش (Leo Kirch) گردید. گروه مزبور تقریباً به تعداد تلویزیون‌هایش، ایستگاه‌های رادیویی در اختیار دارد که از آن جمله می‌توان به گروه **RTL** فرانسه اشاره نمود.

کمپانی تلویزیونی لوکزامبورگ که به‌دنبال رادیو لوکزامبورگ راه‌اندازی شده بود، در سال ۱۹۹۷ در گروه برتلسمان ادغام گردید و از این ادغام CLT-UFA ایجاد شد. این اتحادیه جدید سه سال بعد به همراه شاخه تلویزیونی گروه بریتانیایی پیرسون به **Group**



رادیو اروپای ۱ جهت پوشش مستقیم رویدادها، در اقدامی ابتکاری موتورسیکلت خبرنگاران خود را نخست به دستگاه‌های رادیو-تلفن و سپس به ماگنت‌های ناگرا مجهز نمود.

RTL پیوستند. در سال ۲۰۰۱ گروه برتلسمان همچنین اقدام به بازخرید سهام گروه **Bruxelles Lambert** نمود. رقم معاملات انجام‌گرفته توسط **RTL Group** بالغ بر ۴/۴ میلیارد یورو، یعنی معادل ۲۰٪ کل معاملات گروه برتلسمان، می‌باشد. مجموعه مورد اشاره که از سال ۲۰۰۳ زیر نظر گرهارد تسیلر هدایت می‌شود بسیار سودآور بوده است، به‌گونه‌ای که ۴۴٪ از سود به‌دست آمده گروه توسط آن تأمین شده است. در سال ۱۹۶۶ ژان فاران پس از قرارگرفتن در رأس رادیو لوکزامبورگ آن را مجدداً **RTL** نامگذاری نمود. **RTL** لا براتوار تولید برنامه‌هایی متفاوت از برنامه‌های **RTF** بود، به‌گونه‌ای که این رادیو در زمینه موسیقی با سبک‌های یه (yé yé) و راک

سلف وی رادیو لوکزامبورگ بود که در سال ۱۹۲۵ پخش برنامه‌های خود را از لوکزامبورگ آغاز کرده بود. در سال ۱۹۳۱ کمپانی پخش رادیویی لوکزامبورگ (CLR) تأسیس گردید؛ این کمپانی پنج سال بعد استودیویی در خیابان بایارد پاریس دایر نمود. با پایان‌گرفتن جنگ، کمپانی مزبور پخش برنامه‌های خود را مجدداً از سر گرفت و بدین ترتیب انحصار رسانه‌ای نوپای دولتی در فرانسه را دور زد. اما در سال ۱۹۵۴ دولت فرانسه از طریق **SOFIRAD** در سرمایه کمپانی سهیم شد و به دنبال آن کمپانی CLR به‌صورت کمپانی پخش برنامه‌های تلویزیونی لوکزامبورگ (CLT) درآمد. **RTL** شعبه رادیو تلویزیونی گروه آلمانی برتلسمان (Bertelsmann) می‌باشد که مقر آن در لوکزامبورگ قرار دارد و

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

سال چهارم علوم انسانی

و در حوزه خبر با ارائه گزارش‌های مستقیمی از جنگ الجزایر و حوادث مه ۱۹۶۸ رویکردی متفاوت را در پیش گرفت. در همین راستا در سال ۱۹۵۰ اجرای مسابقه رهاکن یا سبقت بگیر و در سال ۱۹۶۱ سریال لوکنت دو مونت- کریستو (de monte cristo Le comte) توسط ژان-کلود پاسکال، فرانسواز فابیان و میشل گالابرو آغاز گردید. در سال ۱۹۷۲ ماکس مینیه برنامه رانندگان کامیون، دوست‌داشتنی هستند و در سال ۱۹۷۷ فیلیپ بووار برنامه کله‌گنده‌ها را بر روی آنتن بردند. در سال ۱۹۷۲ ژاک ریگو به ریاست رادیو برگزیده شد و بیش از ۲۰ سال در این پست باقی ماند. فیلیپ لایرو از سال ۱۹۸۵ به بعد مدیر کل برنامه‌ها شد.

در سال ۲۰۰۰ به دنبال جایگزینی رومی ستر به جای ژاک ریگو یک دوره بحران را پشت سر نهاد؛ زیرا مدیر جدید - استغفان دوامل - به منظور جذب نیروهای جوان‌تر، کریستف دوکاوان را جانشین فیلیپ بووار، مجری افسانه‌ای برنامه کله‌گنده‌ها نمود. همین امر سبب شد تا رادیو به طور ناگهانی دو میلیون نفر از شنوندگانش را از دست بدهد. اما یکسال بعد فیلیپ بووار اجرای برنامه‌اش را مجدداً به دست گرفت و استغفان دوامل جای خود را به روبن لوپرو، کارمند سابق M6 داد. علاوه بر این فیلیپ لایرو گروه را ترک کرد تا به عنوان مشاور، گروه بلوره را در زمینه توسعه ساختار صوتی - تصویری‌اش یاری دهد. سرانجام در سال ۲۰۰۵ روبن لوپرو ریاست هیئت مدیره را به آکسل دورو، رئیس پیشین RTL2، فان رادیو (Fun Radio) و شرکت تولیدی Endemol Développement واگذار نمود.

گروه رادیویی RTL با راه‌اندازی RTL2 و بازخرید Radio Fun دارای سه شبکه و ۲۴۴ میلیون یورو سرمایه می‌باشد. این گروه هنوز با سقف مجاز تمرکز مشاغل فاصله دارد و می‌تواند با در اختیار گرفتن شبکه چهارم ابعاد خود را گسترده‌تر نماید. RTL که زمانی علاقه‌مند به بازخرید RMC بود در نهایت ۲۰٪ رادیو جنوب (Sud Radio) را خریداری نمود. این گروه در مجموع ۲۳٪ شنونده را به خود اختصاص داده است. ایستگاه فان رادیو با اختصاص ۶/۶٪ درصد شنونده به خود پس از NRJ و Skyrock در رده سوم رادیوهای مورد علاقه جوانان قرار گرفته است.

فان رادیو در سال ۱۹۸۵ توسط گروهی از کارمندان جدا شده از NRJ تأسیس گردید. این رادیو در سال ۱۹۹۱ آرتور را به عنوان مجری استخدام نمود، اما در سال ۱۹۹۴ به دنبال اجرای برنامه تریبون آزاد لوون فان توسط دوک و دیفول تعداد شنوندگانش رو به کاهش نهاد. در حال حاضر سیاستین کویه هر بامداد با همان سبک و سیاق ساخته پرداخته‌ای که موجب موفقیتش در TFI شد، به اجرای برنامه در این رادیو می‌پردازد. فان رادیو در سال ۱۹۸۷ به گروه هرسان (Hersant) واگذار گردید. اما از سال ۱۹۹۳ به این سو CLT اقدام به بازخرید تدریجی آن نموده است.

گروه اروپای ۱

رادیو اروپای ۱ در سال ۱۹۵۵ توسط تاجری رومانی‌الاصل

به نام شارل میشلسون (Charles Michelson) راه‌اندازی شد. اما به دلیل ناتوانی رادیو در کسب درآمد و به دنبال درخواست وزیر مالیات، یک میلیارد متخصص در امور حمل و نقل و تسلیحات نظامی به نام سیلون فلوریا (Sylvain Floriat) سکان هدایت رادیو را در دست گرفت. چهار سال بعد از این تاریخ دولت از طریق شرکت مالی پخش رادیو Sofirad در سرمایه اولیه رادیوی مزبور شریک شد و آن را در سال ۱۹۶۷ رادیو اروپای ۱ نامگذاری نمود.

در آغاز، مدیریت رادیو به لویی مرلن، مدیر اسبق برنامه‌های رادیو لوکزامبورگ سپرده شد. تحت مدیریت وی، پیر بلمار برنامه‌ای با نام شما شگفت‌انگیز هستید را ساخت که در آن شنوندگان را به همبستگی فرامی‌خواند. پیر بونت برنامه سلام آقای شهردار و فرانک تنو به همراه دانیل فیلیپاکی - عکاس سابق مجله پاریس - ماج برنامه سلام رفقا! را تدارک دیدند.

در سال ۱۹۵۹ سیلون فلوریا و مارسل بلوستن - بلانشه پس از تأسیس شرکتی تبلیغاتی موسوم به رژی شماره ۱ (Régie no 1) اقدام به تهیه صفحاتی تبلیغاتی جهت پخش به‌ویژه در ساعات پرشنونده بامدادی رادیو نمودند.

این رادیو در طی چندین دهه، بیشترین تعداد روزنامه‌نگار، مجری و کم‌دین را در استخدام خود داشت. از جمله این روزنامه‌نگاران می‌توان به پیر دلانویه، ژاک آنتوان، ژان یان، موریس بورو و ژرژ فیو اشاره نمود که همگی با لوسین موریس همکاری می‌کردند. رادیو اروپای ۱ رادیویی جوان و مدرن بود که بر بنیاد موسیقی یه یه و جریان مخالف فرهنگ غالب استوار شده بود. این رادیو جهت پوشش مستقیم رویدادها، در اقدامی ابتکاری موتورسیکلت خبرنگاران خود را نخست به دستگاه‌های رادیو - تلفن و سپس به ماگنت‌های ناگرا مجهز نمود. همچنین این رادیو برای اولین بار در سال ۱۹۶۵ با کمک یک مؤسسه نظرسنجی نتایج انتخابات ریاست جمهوری را پیش‌بینی و اعلام کرد. رادیوی مزبور تحت هدایت یک روزنامه نگار مطبوعات یعنی موریس سیژل کوشید تا در حوزه خبر و به‌ویژه در جریان وقایع جنگ الجزایر و حوادث مه ۱۹۶۸ مستقل عمل نماید.

در سال ۱۹۷۴ به دنبال انتخاب شدن والری ژیسکارداستن (Valéry Giscard d'Estaing) به ریاست جمهوری، موریس سیژل به اتهام «دست‌انداختن رادیو» از کار برکنار گردید و ژان لوک لاگارد (Jean-luc Lagardère) - جانشین سیلون فلوریا - در رأس رادیو قرار گرفت. علاوه بر آن هیئت تحریریه رادیو به اتین موژوت (Etienne Mougeotte) سپرده شد که وی از روزنامه‌نگاران مستعدی همچون شارل ویلنو، آن سنکлер، میشل دروکر، میشل کوتا، کاترین نای، روزبه کودرک و اولیور مازرول دعوت به همکاری کرد. در سال ۱۹۷۶ ژرار کاریرور و آلن دوامل برنامه باشگاه مطبوعات را تدارک دیدند که با پخش آن بحث‌های سیاسی رونقی دوباره گرفت. به دنبال آن کولوش کم‌دین برنامه -

های سرگرم‌کننده خود را آغاز نمود. در این زمان تعداد شنوندگان رادیو اروپای ۱ به ۲۵٪ می‌رسید.

با به‌قدرت‌رسیدن چپ‌ها در فرانسه و در پی ظهور پرشمار رادیوهای خصوصی، رادیو اروپای ۱ پرسنلی را که متهم به «طرفداری از ژیسکاردستن» بودند پاکسازی نمود. در همین راستا نخست فیلیپ ژیلدا و سپس ایوان لووایی به‌عنوان مدیران رادیو منصوب شدند. سرانجام رادیو در سال ۱۹۸۶ به‌دنبال خصوصی‌سازی به شرکت اشت (Hachette) که متعلق به ماترا و ژان- لوک لاگارد بود، فروخته شد.

در سال ۱۹۹۶ به‌دنبال شدت‌گرفتن رقابت بین رادیوهای نوظهور خصوصی، ژروم بلای، بنیانگذار رادیو فرانس انفو و ال.سی.ای (LCI) فرا خوانده شد تا تعداد شنوندگان رادیو را مجدداً افزایش دهد. وی بدین منظور رادیو اروپا را تبدیل به رادیویی «گفتاری» نمود که در آن پخش برنامه‌های موسیقی و مسابقات به حداقل میزان خود تقلیل یافته بود. وی همچنین لوران روکیه، کریستف دکاوان، ایو کالوی (مجری برنامه سین دریا، در رادیو فرانس)، میشل فیلد و ژان- مارک موراندینی را به همکاری فرا خواند. اما با وجود این، تدابیر تعداد شنوندگان رادیو در سال ۲۰۰۵ به ۱۰٪ کاهش یافت. به‌دنبال این کاهش ژروم بلای جای خود را به ژان- پیر الکاباچ، رئیس شبکه پارلمانی سنا واگذار نمود. مدیر جدید علاوه بر حفظ سمت قبلی، همچنان برنامه مصاحبه ساعت ۸:۲۰ خود را ادامه داد. رقم کل معاملات رادیو اروپای ۱ بالغ بر ۲۰۰ میلیون یورو می‌باشد.

این رادیو به موجب قانون منع تراکم مشاغل ناچار شد در سال ۱۹۹۹ از رادیو Skyrock جدا شود، اما با وجود این همچنان دو شبکه سراسری دیگر را در اختیار خود نگه داشت؛ یکی از این دو شبکه رادیو اروپای ۲ می‌باشد که رقیب مستقیم NRJ بوده و ۵/۸٪ شنونده دارد. از پایان تعطیلات ۲۰۰۴ به این سو، آرتور عصرها و مورا شب‌ها در این شبکه به اجرای برنامه می‌پردازند. شبکه دیگر RFM با ۵٪ شنونده می‌باشد. این شبکه در سال ۱۹۸۱ توسط پاتریک میر تأسیس شد، اما هشت سال بعد به گروهی بریتانیایی واگذار گردید. از سال ۱۹۹۲ به این سو نیز رادیو اروپای ۱ در حال بازخرید مرحله‌ای آن است. شبکه مزبور پس از پخش برنامه‌های تریبون آزاد، از سال ۲۰۰۱ به بعد بر پخش موسیقی متمرکز شده است.

گروه NRJ

گروه NRJ با چهار شبکه ملی خود (Chérie FM, NRS و Rire et Chanson و Nostalgie) ۳۰٪ شنونده را تحت پوشش خود قرار داده است که این رقم بیشتر از تعداد شنوندگان رادیو فرانس می‌باشد. رادیو NRJ در صدر رادیوهای گروه قرار دارد. این رادیو در سال ۱۹۸۱ تأسیس شد و نخست مورد توجه جوانان قرار گرفت. سه سال بعد ۳۰۰ هزار نفر در اعتراض به تعلیق جواز فعالیت رادیو توسط دولت به خیابان‌ها ریختند. امروزه این رادیو

با داشتن ۱۲/۵٪ مخاطب، پرشنونده‌ترین رادیوی فرانسه می‌باشد. NRJ رادیوی نوآوری‌ها، در کانون توجه جوانان قرار دارد و حتی برنامه‌های تریبون آزاد آن مورد علاقه این قشر قرار گرفته است. در سال ۲۰۰۳ این رادیو به سبب پخش «سخنان توهین‌آمیز و مبتذل» از سوی CSA (شورای عالی رادیو و تلویزیون) بازخواست شد و در پی آن مورا، مجری مشهور برنامه بازخواست- شده، رادیو را ترک کرد.

سه سال بعد از راه‌اندازی NRJ، ژان- پل بودکرو (Jean-Paul Baudecroux) رادیوی Chérie FM را نیز راه‌اندازی نمود که به‌ویژه زنان را مورد خطاب قرار می‌داد. مارک پالن، آلن ویل، کریستف سابو و ژان- مارک موراندینی به ترتیب در پست مدیریت این رادیو خدمت نمودند. این رادیو در حال حاضر دارای ۶٪ شنونده می‌باشد. ژان- پل بودکرو در سال ۱۹۸۹ رادیوی دیگری با نام Rire et Chanson برای مخاطبان جوان راه‌اندازی نمود که این رادیو نیز ۳/۶٪ شنونده دارد.

رادیو نوستالژی (Radio Nostalgie) در سال ۱۹۸۳ توسط پیر آلبرتینی (Pierre Albertini) در لیون برای مخاطبان ۴۰ تا ۵۰ ساله راه‌اندازی شد. ۸۰٪ برنامه‌های این رادیو به زبان فرانسه تهیه می‌شود. RMC در سال ۱۹۸۵ به این رادیو علاقه‌مند شد و چهار سال بعد کنترل آن را در دست گرفت. اما پس از فروپاشی RMC در سال ۱۹۸۹، NRJ اقدام به بازخرید آن نمود. در پی این خرید NRJ به منظور رعایت قانون منع تراکم مشاغل مجبور شد ابعاد شبکه Rire et Chanson را محدود سازد. از این زمان به بعد رادیو نوستالژی بر روی مخاطبان ۶۰ تا ۷۰ ساله متمرکز شد و توانست ۸٪ شنونده را به سوی خود جذب نماید. اما قانون منع تراکم مشاغل مانع از آن شد تا گروه مزبور اقدام به بازخرید RMC در سال ۱۹۹۸ نماید.

رقم کل معاملات گروه ۱۷۰۰ پرسنلی NRJ بالغ بر ۳۲۵ میلیون یورو است. این گروه هنوز تحت سرپرستی ژان- پل بودکرو سهامدار ۷۲٪ خود بوده و توانسته است زیر نظر وی رکورد کسب درآمد در فرانسه را بشکند. سهامدار مورد اشاره با اتکا به موفقیت داخلی خود در خارج از فرانسه سرمایه‌گذاری‌های متعددی انجام داده است؛ هرچند که وی در خارج از کشور برای کسب موفقیتی معادل موفقیت داخلی راهی بسیار طولانی پیش روی دارد. گروه NRJ در سوئیس، اتریش، بلژیک و به‌ویژه در بزرگترین بازار تبلیغاتی اروپا - یعنی آلمان - حضوری فعال دارد. علاوه بر آن گروه مزبور به منظور افزایش حضور خود در فرانسه و در تقابل با قطب انحصاری سابق، TDF (پخش تلویزیونی فرانسه) شعبه پخش رادیویی Towercast را دایر نمود. این گروه همچنین تاکنون برگزاری راهپیمایی‌های متعددی را تدارک دیده است.

در بهار ۲۰۰۵ گروه با پخش برنامه‌های NRJ12 از طریق امواج تلویزیون آنالوگ زمینی رایگان، با رؤیاهای خویش پیوندی دوباره برقرار کرد و از این رهگذر انتقام شکست TV6 را که در سال

۱۹۸۶ به همراه **Publicis** راهاندازی شده بودند، از رقابت **M6** گرفت. اما امروزه بازی سرنوشت دو قطب پیشین **NRJ** و **M6** را در کنار هم محبوب جوانان قرار داده است. علاوه بر موارد بالا ژان-پل بودکرو با سرمایه‌گذاری در زمینه تلفن همراه به دنبال اجاره شبکه **SFR** برای اپراتور **NRJ Mobile** می‌باشد.

Next radio

Next Radio چهارمین گروه غیردولتی، در حال حاضر با ایستگاه‌های **RMC** و **BFM** تحت سرپرستی مدیر سابق گروه **NRJ**، آلن ویل، قرار دارد. وی در سال ۲۰۰۰ پس از آنکه **CSA** با استناد به قانون منع تراکم مشاغل مانع خرید ایستگاه **RMC** از سوی **NRJ** شده بود، اقدام به بازخرید ایستگاه مزبور نمود. وی همچنین موفق به افزایش میزان تعداد شنوندگان از ۲/۳٪ به ۴/۲٪ در سال ۲۰۰۵ گردید.

در ادامه **RMC** به **RMC Info** تغییر نام داد و مقررش را از

رادیوی برون‌مرزی فرانسه محسوب می‌شود. در سال ۱۹۴۳ به دنبال تمایل آلمانی‌ها برای ایجاد رادیوی تبلیغاتی در جنوب فرانسه، رادیو مونت کارلو راه‌اندازی شد. سپس مالکیت این رادیو به دولت موناکو و از طریق **SOFIRAD** به دولت فرانسه سپرده شد. رادیوی مزبور از سال ۱۹۶۵ پخش برنامه‌های خود را بر روی امواج بلند برای سراسر فرانسه و سپس بر روی امواج **FM** فقط برای جنوب فرانسه آغاز نمود.

این رادیو با بهره‌گیری از تخصص خود در پخش برنامه‌های مسابقات عمومی که در آنها برنده توسط شنوندگان تعیین می‌شود و با پخش سایر برنامه‌های تولیدشده توسط لویی مرلن توانست در غیاب **RTL** و اروپای ۱ در جنوب فرانسه، خود را به‌عنوان بزرگترین رادیوی مردمی این منطقه بشناساند. این رادیو همچنین توانست مجریان مستعدی همانند ژوزه ساکوره، پیر سکور، ژان-پیر فوکو و ژاپی ماکس را برای همکاری جذب نماید.



رادیو Skyrock با دارابودن

۸/۱٪ شنونده در صدر

رادیوهای مستقل قرار

دارد. برنامه‌های این

رادیو متشکل از موسیقی

راپ و برنامه تریبون

آزاد می‌باشد که توسط

مجری محبوب جوانان

-دیفول- اجرا می‌شود.

ژویشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

در ادامه رادیو مونت کارلو پخش برنامه‌ای به زبان ایتالیایی برای ایتالیا و برنامه دیگری به زبان عربی برای خاور نزدیک از کشور قبرس را آغاز کرد و بدین ترتیب به صورت **Proche Orient RMC** درآمد.

در اوایل دهه ۸۰ با ورود رادیوهای آزاد به صحنه، موقعیت رادیو مونت کارلو به خطر افتاد تا آنجا که در پی تصمیم دولت برای رهاسازی خویش از قید تعهدات رادیوهای برون‌مرزی، این رادیو تا مرز فروش پیش رفت، اما به دلیل درپیش‌بودن انتخابات ریاست جمهوری ۱۹۸۸، فروشش عجلتاً به تعویق افتاد. تا اینکه بار دیگر در سال ۱۹۹۵ مجموعه **Sud Communication** (گروه لابراتوارهای پیر فابر در تولوز) به‌عنوان تنها خریدار رادیو مطرح گردید، اما نتوانست مبلغ لازم را جمع‌آوری نماید. در این فاصله

موناکو به پاریس منتقل کرد. رادیوی جدید فعالیت خود را بر پایه اخبار، برنامه‌های ورزشی و **Talk Shows** استوار ساخت. از جمله این برنامه‌ها می‌توان به برنامه‌ای اشاره کرد که اولین توماس (Evlyne Thomas) -مجری سابق برنامه این انتخاب من است در فرانس ۳- اجرای روزانه آن را بر عهده داشت. در سال ۲۰۰۱ آلن ویل با خرید امتیاز انحصاری پخش فوتبال جام جهانی، شگفتی‌ساز شد. **RMC Info** با اختصاص بودجه‌ای معادل ۱۸ میلیون یورو در سال، ۱۲۰ کارمند را در استخدام خود دارد. در حال حاضر آلن ویل به‌دنبال گسترش دامنه رادیوی خود به شمال فرانسه از طریق تصاحب مجدد فرکانس‌های امواج متوسط می‌باشد.

RMC (رادیو مونت کارلو) از لحاظ پیشینه تاریخی، دومین

RMC توانست راديو نوستالژی و سپس راديو موناکو را نیز خریداری نماید.

از سوی دیگر راديو برای افزایش تعداد شنوندگان خود دست به تعویض پیاپی مجریان زد، اما این کار راه به جایی نبرد. در همین راستا ایو موروسی، مدیر آنتن جای خود را به ژروم بلای داد که وی بعداً با ژان-پیر فوکو تعویض شد. علاوه بر این ژولین کورپه کارمند پیشین **NRJ** به همراه ژان-کلود بوره و پاتریک ساباتیه به کادر راديو پیوستند.

سرانجام **RMC** به علت بدهی بسیار زیاد در سال ۱۹۹۸ به مجموعه Sud Communication فروخته شد. راديو نوستالژی به **NRJ** و راديو موناکو به شرکت **LV and CO** واگذار شدند. این عملیات که با تأیید مسئولان تنظیم بازار رقابت در حوزه امواج صوتی تصویری همراه بود، یک چهارم فرکانس‌های راديوهای غیردولتی را تحت تأثیر خود قرار داد.

آلن ویل پس از خرید **RMC** و به دنبال تثبیت موقعیت خود اقدام به بازخرید **BFM** در سال ۲۰۰۲ نمود. راديو اقتصادی Business FM که در سال ۱۹۹۲ توسط ژاک آبرژل و رنه تاندرون راه‌اندازی شده بود، تحت مدیریت طولانی مدت پاتریک فیو و

امواج FM در قیاس با AM از فرکانس بالاتری برخوردار بوده و مسافت کوتاه‌تری را می‌پیمایند. این امواج در مواجهه با موانع فیزیکی مانند دیوارها به شدت تحت تأثیر قرار می‌گیرند و به همین دلیل برای پخش امواج FM به رله‌های متعددی نیاز است.

ژان-لوک مانو قرار گرفت. با آنکه مدیران راديو آن را راديویی مهم ارزیابی می‌کردند اما تعداد شنوندگانش همچنان اندک باقی ماند. در سال ۲۰۰۵ آلن ویل به لطف برخورداری از یک فرکانس رایگان بر روی تلویزیون دیجیتال الکترومغناطیسی، در اقدامی تازه **BFM TV** را راه‌اندازی نمود.

راديوهای مستقل

راديو **Skyrock** با دارابودن ۸/۱٪ شنونده در صدر راديوهای مستقل قرار دارد. برنامه‌های این راديو متشکل از موسیقی راپ و برنامه تریبون آزاد می‌باشد که توسط مجری محبوب جوانان -دیفول- اجرا می‌شود. گفت‌وگوهای آزاد مطرح‌شده در این برنامه همیشه باب طبع شورای عالی راديو و تلویزیون (CSA) نبوده است و این شورا به طور منظم در این خصوص به راديو اخطار داده است. از جمله این اخطارها می‌توان به تذکر داده‌شده در سال ۲۰۰۱ در خصوص سخنان پخش‌شده پیرامون Loftstory اشاره کرد.

راديو **Skyrock** که در سال ۱۹۸۶ توسط پیر بلانژه راه‌اندازی شد، همان راه راديو **Voix du Léopard** را در پیش گرفت. این راديویی جوان و تأثیرگذار با راهبردی شدیداً تجاری پخش برنامه‌های تریبون آزاد تهیه‌شده توسط مالر، به نام شب به‌خیر زمین را آغاز نمود. اما از سال ۱۹۹۱ به بعد فان راديو در پی اخراج آرتور، بر راديویی مورد اشاره پیشی گرفت. با وجود این **Skyrock** توانست با پخش برنامه هیولاها شنوندگان ازدست‌رفته‌اش را مجدداً باز یابد، هرچند که پخش این برنامه به‌دنبال اظهار شادمانی مجری‌اش از مرگ یک مأمور پلیس در سال ۱۹۹۵ به حالت تعلیق درآمد. یکسال بعد راديو به‌سوی پخش موسیقی راپ کاملاً تغییر مسیر داد و در این راستا، دیفول، مجری سابق فان راديو را به استخدام خود درآورد.

این راديو در آغاز تحت مالکیت راديو اروپای ۱ قرار داشت، اما در سال ۱۹۹۹ به منظور رعایت قانون عدم تمرکز مشاغل به-ناچار از آن جدا شد و نخست به یک شرکت سرمایه‌گذاری بریتانیایی و سپس به مورگان گرانفل، عضو Deutsche Bank فروخته شد. در این بین شرکت هولدینگ Orbus که تحت مالکیت پیر بلانژه قرار داشت، ۲۰٪ سهام راديو را در اختیار خود گرفت. **TFI** در سال ۲۰۰۵ شراکت در راديو را بررسی کرد. و سرانجام باید گفت که پیر بلانژه مؤسس این راديو، نقش فعالی را در دورنمای رسانه راديو در فرانسه ایفا می‌کند.

شرکت وابسته به ژرار لوون: **LV and Co**

ژرار لوون در کنار تهیه برنامه‌های تلویزیونی عامه‌پسند به-ویژه جهت پخش از طریق **TF1** (برنامه‌هایی چون شب‌نشینی مقدس، بین شهری، جزیره اغوا و ...)، فعالیت‌های راديویی را از طریق شرکتش موسوم به **LV and Co** دنبال می‌کند. وی ایستگاه‌های **Alpes1 et MFM**، **Voltage FM** و راديویی قدیمی موناکو را در اختیار خود دارد.

راديو موناکو در سال ۱۹۸۱ به منظور پخش آهنگ‌های فرانسوی توسط گی نوئل، کارمند پیشین **ORTF**، راه‌اندازی شد و مدیریت راديو نخست به ریموند مارسیاک و سپس به پاسکال سوران سپرده شد. اما راديو در سال ۱۹۹۴ در پی واگذاری به **RMC** به موناکو تغییر نام داد. چهار سال بعد در خلال فروش **RMC**، شرکت **LV and Co** راديویی مزبور را خریداری نمود و با تغییر نام آن به **MFM** در مدیریت کریستف سایو قرار داد. اما وی این راديو را در سال ۲۰۰۱ برای به‌دست‌گرفتن نقش کلیدی در راديو اروپای ۱ ترک نمود. پس از ایشان مجری ژان-مارک موراندینی مدیریت کل گروه را تا سال ۲۰۰۳ عهده‌دار شد. وی پس از اجرای چندین ساله برنامه‌های بحث‌انگیز به نام همه چیز امکان‌پذیر است، به **RMC** پیوست و در حال حاضر در راديو اروپای ۱ برنامه‌های مذهبی اجرا می‌کند. گروه لاگارد از چند سال پیش به این سو کوشیده است تا شرکت **LV and CO** را خریداری نماید، ولی قانون منع تمرکز مشاغل مانع آن شده است.

شیوه پخش AM

AM ساده‌ترین و قدیمی‌ترین روش برای پخش امواج بوده که در آن اطلاعات از طریق تغییر در دامنه امواج منتقل می‌شود. در این روش امواج به سه دسته بلند، کوتاه و متوسط تقسیم می‌شوند. رادیو فرانس انتر و رادیوهای برون مرزی تا مدت مدیدی از امواج بلند جهت پخش برنامه‌های خود استفاده می‌کردند، زیرا این امواج تا شعاع ۳۰۰ الی ۴۰۰ کیلومتری فرستنده خود منتشر شده و به این ترتیب سرزمین وسیعی در مقیاس ملی را تحت پوشش خود قرار می‌دهند. علاوه بر این، قابلیت انطباق‌پذیری امواج بلند با شرایط جغرافیایی و سیاسی کشور فرانسه بسیار بالا می‌باشد؛ به همین دلیل رادیو فرانس انتر تا به امروز ایستگاه تاریخی خود در الویس واقع در منطقه شیر را حفظ نموده است.



رادیوهای برون مرزی با بهره‌گیری از امواج بلند توانستند از طریق فرستنده‌هایی در لوکزامبورگ، موناکو، سار و آندور کشور فرانسه را زیر پوشش خود قرار دهند. هر چند امروزه پخش برنامه از طریق امواج بلند رو به کاهش است اما با وجود این، هنوز هم این روش حائز اهمیت است؛ زیرا ۲۰٪ شنوندگان فرانس انتر و یک سوم شنوندگان اروپای ۸، RTL یا RMC از این طریق امواج رادیویی را دریافت می‌کنند.

امواج کوتاه مسیر بسیار طولانی را می‌پیمایند اما کیفیت سیگنال آنها پایین است. این امواج از سال ۱۹۳۰ به بعد در کشورهای مستعمره استفاده می‌شد، زیرا ارسال آنها از قاره‌ای به قاره دیگر امکان‌پذیر است. این امواج امکان دورزدن مقامات دولتی کشورهای آفریقایی - که در آنها اخبار به شدت تحت کنترل می‌باشند - را فراهم می‌آورند. به‌عنوان مثال، RFI و سایر رادیوهای بین‌المللی در حال حاضر با بهره‌گیری از امواج کوتاه چنین نقشی را ایفا می‌کنند.

در سال ۱۹۹۲ نزدیک به صد رادیوی مستقل کوچک به منظور تقویت نیروی خود گرد هم جمع شده و «گروه رادیوهای مستقل» را تشکیل دادند. این رادیوها عموماً رادیوهایی محلی با مخاطبان جوان بودند که در شهرهای خود بسیار فراگیر شده بودند. از جمله این رادیوها می‌توان به Scoop در لیون، Contact FM در شمال، Alouette، Kiss، OUI FM، Sud Radio یا Radio Nova در پاریس اشاره نمود. گروه رادیوهای مستقل از اکتبر سال ۲۰۰۰ به این سو در لیست مؤسسه مدیامتری قرار گرفته است. این گروه با جذب ۱۳/۶٪ شنونده، در چنان جایگاهی قرار گرفته است که از طریق شرکت تبلیغاتی لاگارد و از موضع قدرت با آگهی دهندگان پیرامون شرایط تبلیغ کالاها منحصراً به‌فرد ایشان به مذاکره می‌پردازد. در حال حاضر بین ۲۵ تا ۳۰٪ از این رادیوها امکان پخش تبلیغات سراسری از طریق رادیوهای خود را یافته‌اند. رقم کل معاملات این رادیوها به ۱۲۰ میلیون یورو می‌رسد.

دنیای شدیداً رقابتی

تعداد پرشمار رادیوها سبب شکل‌گیری نبردی بی‌رحمانه برای کسب درآمدهای تبلیغاتی شده است، به‌گونه‌ای که موضوعاتی همچون توزیع فرکانس‌ها، روش‌های محاسبه تعداد شنوندگان و رعایت قوانین بازار رقابت در کانون بحث‌ها و جدل‌ها قرار گرفته است. کسب یک فرکانس تنها از طریق امضاء قراردادی با CSA امکان‌پذیر می‌باشد. این قرارداد «فرمت» رادیو و تعهدات رادیو به ویژه در حوزه تولید برنامه‌های خبری محلی و برنامه‌های موسیقی را مشخص می‌سازد. رقابت مورد اشاره به ویژه بین رادیوهای موسیقی «جوانان» شدیدتر است. در همین راستا در سال ۲۰۰۳، NRJ از رادیو اروپای ۲ به دلیل «رقابت ناسالم و تغییر فرمت» شکایت کرد. در واقع رادیوی مزبور رقیبش را متهم می‌ساخت که برخلاف تعهداتش در قبال CSA و با تقلید از وی اقدام به افزایش پخش برنامه‌های موسیقی پاپ-راک و ترانه‌های خوانندگان مستعد نوظهور فرانسوی نموده است. اما رادیو اروپای ۲ در توجیه عمل خود مدعی بود که این اقدام را در راستای حمایت از ظهور موسیقی‌های فرانسوی مستقل انجام داده است. سرانجام در همان سال رادیوها، تولیدکنندگان و CSA تفاهم‌نامه‌ای را بین خود در خصوص تنوع سبک‌های موسیقی امضا نمودند. نبرد فرکانس‌ها

فرکانس‌ها دارایی کمیابی هستند که جزء اموال دولتی محسوب شده و از طریق آنها جریان اطلاعات میسر می‌شود. طیف فرکانس‌ها به موجب بخش‌نامه نخست‌وزیر، باید بین نهادهای زیر تقسیم گردد؛ رادیو و تلویزیون، ارتباطات تلفنی راه دور (3G)، GSM، نیروهای مسلح، وزارت کشور، ناوگان هوایی و رادیو آسترونومی. برای پخش امواج رادیویی به صورت آنالوگ دو شیوه موجود می‌باشد که عبارتند از: AM (دامنه مدولاسیون انگلیسی) و FM (دامنه فرکانس).

امواج متوسط (MW یا OM) حوزه‌هایی واقع در شعاع ۱۵۰ تا ۲۰۰ کیلومتری فرستنده خود را تحت پوشش قرار می‌دهند و به خوبی قابل انطباق با شرایط کشورهای فدرالی همچون آلمان می‌باشند. امروزه رادیو فرانس از این امواج در برخی از نواحی فرانسه به منظور تکمیل شبکه تحت پوشش امواج بلند فرانس انتر استفاده می‌کند.

باند FM اشباع شده

تغییر فرکانس، اجرایی‌ترین روش جهت پخش امواج رادیویی است؛ علاوه بر آن در این روش امکان پخش امواج به صورت استریو فراهم می‌شود. در واقع در این روش دامنه موج ثابت مانده و اطلاعات از طریق تغییر در فرکانس منتقل می‌شوند. امواج FM در قیاس با AM از فرکانس بالاتری برخوردار بوده و مسافت کوتاه تری را می‌پیمایند. این امواج در مواجهه با موانع فیزیکی مانند دیوارها به شدت تحت تأثیر قرار می‌گیرند و به همین دلیل برای پخش امواج FM به رله‌های متعددی نیاز است. باند امواج FM فرکانس‌های بین ۸۷/۵ تا ۱۰۸ مگاهرتز را

اگرچه می‌توان از امواج متوسط به‌عنوان جایگزینی برای باند اشباع شده FM استفاده نمود، اما پخش این امواج به صورت آنالوگ کیفیت شنیداری چندان مطلوبی را به دنبال ندارد، لذا این امواج برای رادیوهای گفتاری، مناسب و برای رادیوهای موسیقی نامناسب- اند

شامل می‌شود که بر روی کاغذ معادل ۲۰۰ کانال رادیویی است. باندی که برای رادیو در نظر گرفته شده است نمی‌تواند از این میزان فراتر رود، زیرا باندهای مجاور توسط سایر نهادها استفاده می‌شوند. از سال‌های پایانی دهه ۷۰ به این سو، پخش امواج به صورت FM روش غالب استفاده رادیوها قرار گرفته است؛ با این حال برد فرستنده‌های FM همچنان زیر ۱۰۰ کیلومتر باقی مانده است. اگرچه امروزه در پاریس ۵۶ رادیوی FM وجود دارد اما به‌طور متوسط تنها در حدود ۲۰ برنامه از این رادیوها در سایر نقاط کشور قابل شنیدن هستند.

همچنین در این کشور بیش از ۶۰۰۰ فرکانس FM استفاده می‌شود که این رقم در قیاس با ۲۵۰۰ فرکانس در انگلستان و ۲۰۰۰ فرکانس در آلمان قابل توجه است. از این میزان ۳۵۰۰ فرکانس به اپراتورهای غیردولتی و ۲۶۰۰ فرکانس به رادیو فرانس اختصاص داده شده است. بخش دولتی در پاره‌ای از مناطق کشور به‌نام ایجاد تسهیلات در امر شنیدن، گاه تا چندین فرکانس را در اختیار خود گرفته است. TDF که از این به بعد توسط بخش

غیردولتی اداره می‌شود غالب فرستنده‌های رادیویی را راه‌اندازی نموده است؛ اما NRJ نیز با تأسیس شعبه Towercast وارد حوزه سابقاً انحصاری راه‌اندازی فرستنده‌های رادیویی شده است. فرستنده‌ها از سه طریق ماهواره، کابل‌های زمینی و یا فرکانس‌های هرتزی تغذیه می‌شوند. شبکه‌های بزرگ عمومی وابسته به بخش غیردولتی از کمبود فرکانس گله‌مندند. در واقع RTL، اروپای ۱ و RMC بر روی امواج FM تنها توسط دو سوم فرانسوی‌ها قابل شنیدن هستند.

رئیس اسبق هیئت مدیره RTL، روبان لویرو به‌طور مرتب در مورد وضعیت فوق‌افشاگری نموده است؛ وی در مصاحبه‌ای با لوموند به تاریخ ۳۱ اکتبر ۲۰۰۲ این سؤال را مطرح می‌نماید: «چگونه می‌توان بیش از این پذیرفت که رادیوهایی که در چند صدایی و بقای دموکراسی ما سهیم هستند در سراسر کشور قابل شنیدن نباشند؟» این وضعیت به‌خصوص برای کسب درآمدهای تبلیغاتی زیان‌آور می‌باشد. به‌همین دلیل RTL و رادیو اروپای ۱ از CSA خواسته‌اند تا در حدود ۵۰ فرکانس را در اختیار آنها قرار دهد تا بتوانند ظرفیت خود را در سطح ظرفیت فرانس انتر و فرانس انفو افزایش دهند.

در ماه می ۲۰۰۳ پیر بلانژه، رئیس رادیو Skyrock، به مقامات دولتی پیشنهاد کرد که آنها به تمامی شبکه‌های ملی، باند فرکانسی برابر جهت استفاده در سراسر کشور اختصاص دهند؛ یعنی وضعیتی تقریباً مشابه با وضعیت رادیو فرانس انفو که در هر منطقه‌ای که برنامه‌اش پخش می‌شود فرکانسی در حدود ۱۰۵/۵ مگاهرتز را در اختیار دارد. اما اجرای چنین پیشنهادی با موانع فنی روبه‌روست و می‌تواند اختلالاتی را در شبکه فعلی توزیع فرکانس‌ها ایجاد نماید.

اگرچه می‌توان از امواج متوسط به‌عنوان جایگزینی برای باند اشباع شده FM استفاده نمود، اما پخش این امواج به صورت آنالوگ کیفیت شنیداری چندان مطلوبی را به دنبال ندارد، لذا این امواج برای رادیوهای گفتاری، مناسب و برای رادیوهای موسیقی نامناسب‌اند؛ وانگهی به‌دنبال چنین جایگزینی برخی از شنوندگان ناچار خواهند شد تا گیرنده‌های جدیدی را تهیه نمایند. با وجود این، از سال ۲۰۰۳ به این سو شورای عالی رادیو و تلویزیون به پاره‌ای از رادیوها اجازه داده است تا برنامه‌های خود را بر روی امواج متوسط در پاریس و دیگر شهرهای بزرگ استان‌ها پخش نمایند.

یکی از گزینه‌ها برای حل مشکل مورد اشاره می‌تواند استفاده از رادیوهای دیجیتالی باشد. در حالی‌که این رادیوها در فرانسه به کندی گسترش یافته‌اند، در آلمان و بریتانیا ۲٪ از شنوندگان از این طریق امواج را دریافت می‌کنند. برای اجرای این روش باید پس از انتخاب استانداردی تکنیکی (DAB، DFB، ...)، فرکانس‌های دیجیتالی را برگزید (به عنوان مثال بر روی مولتیپلکس R5 تلویزیون دیجیتالی زمینی). همچنین تهیه

گیرنده‌های جدید ضروری خواهد بود. شورای عالی رادیو و تلویزیون تحقیقاتی را در این خصوص آغاز کرده است. به هر روی چشم‌انداز رادیو در حال سازماندهی مجدد است، چراکه در سال ۲۰۰۶ اعتبار جواز بسیاری از رادیوها پایان یافت. به همین دلیل شورای عالی رادیو و تلویزیون از هم‌اکنون در حال مذاکره با متخصصان، پیرامون سازماندهی طیف هرتز و تدارک پلان جدید فرکانس‌هاست.

نبرد بر سر جذب شنونده

رادیوهای غیردولتی منحصراً از طریق دریافت تبلیغات به بقاء خود ادامه می‌دهند و از آنجا که بهای پیام‌های تبلیغاتی بر حسب تعداد شنوندگان محاسبه می‌گردد، لذا این رادیوها پیوسته با نگرانی، نتایج ارائه‌شده از سوی مؤسسه مدیامتری را دنبال می‌کنند. این امر سبب شده است تا رادیوهای مورد اشاره برای دریافت اطلاعات و پیام‌های تبلیغاتی با یکدیگر به رقابت بپردازند و هر یک بکشند تا خود را صدرنشین رادیوهای فرانسه و ایل دو فرانس، رادیوهای جوانان و رادیوهای خبر و غیره اعلام نمایند. گاهی این رقابت‌ها با تبدیل شدن به تبلیغات دروغین سر از دادگاه درمی‌آورند.

در چنین فضایی معیارهای سنجش مدیامتری همواره مورد بحث قرار گرفته است. رومان لاپرو از طرف RTL پیشنهاد داد تا به جای محاسبه مجموع شنوندگان روزانه یک رادیو، بیشتر تعداد شنوندگان وفادار آن ملاک قرار داده شود، زیرا با محاسبه مجموع شنوندگان نه می‌توان مدت زمانی را که هر شنونده با رادیو می‌گذراند تعیین کرد و نه میزان توجه وی به برنامه‌ها را مشخص نمود. وی در این خصوص می‌گوید: «شنونده وفادار یک رادیوی عمومی به شنیدن آن قناعت نمی‌کند، بلکه به آن گوش می‌دهد.» در سال ۲۰۰۲ رادیو فرانس، اروپای ۱ و RTL به مدیامتری سفارش کردند تا در بررسی‌های خود کیفیت توجه به برنامه‌های رادیویی را مدنظر قرار دهد.

برای محاسبه تعداد شنوندگان رادیو، اظهارنظر خود شنوندگان ملاک قرار می‌گیرد؛ امری که می‌تواند پاره‌ای از غرض - ورزی‌ها را در پی داشته باشد. به همین دلیل پیش‌بینی شده است تا با تقلید از ابتکار تلویزیون، اعضای گروه تحقیق‌شونده را به ساعت‌های اودیومتری مجهز کنند تا پیوسته آن را همراه خود داشته باشند. اما این روش بسیار پرهزینه است.

مؤسسه مدیامتری

در دهه ۵۰ میلادی مقامات دولتی به منظور آگاهی از رفتار بینندگان تلویزیون نظرسنجی‌هایی را تدارک دیدند. سپس با ورود تبلیغات به عرصه، واحد پژوهش مخاطبان رسانه وابسته به ORTF، با ایجاد نخستین ابزار نظام‌مند جهت ارزیابی شنوندگان، آن را بر روی گروهی از بینندگان تلویزیون مورد استفاده قرار داد. به این گروه از بینندگان پرسشنامه‌هایی داده شد که در آن

سؤالاتی پیرامون نحوه و زمان استفاده ایشان از تلویزیون مطرح شده بود. این گروه پرسش‌شونده مجدداً در سال ۱۹۷۵ توسط مرکز مطالعات افکار عمومی (CEO) مورد نظرسنجی قرار گرفتند. مرکز مزبور پس از واگذاری اداره رسانه‌ها به نخست‌وزیری به صورت زیرمجموعه بخش حقوقی و فنی خبر (SJTI) درآمد. ادیمات سیستم شنونده‌سنجی تأثیرپذیری بود که به گونه بسیار دقیق نحوه استفاده از تلویزیون را در ۶۵۰ خانواده مشخص می‌کرد.

در سال ۱۹۸۵ به دنبال واگذاری CEO به بخش غیردولتی، مؤسسه مدیامتری جایگزین آن شد. سهامداران این مؤسسه جدید را کانال‌ها، رادیوها و آژانس‌های تبلیغاتی تشکیل می‌دادند. در حال حاضر ۳۵٪ این سهام در اختیار شبکه‌های تلویزیونی (F5، C+، F2، F3، TFI)، ۳۰٪ متعلق به رادیوها (رادیو فرانس، اروپا، RMC و RTL) و ۳۵٪ باقی‌مانده متعلق به شرکت‌های تبلیغاتی است.

خود مؤسسه مدیامتری کمیته‌های مختلفی از جمله «کمیته رادیو» را در برمی‌گیرد که شامل نمایندگان از اروپای ۱، رادیو فرانس، NRJ، RMC Info، RTL و Skyrock (از ۲۰۰۲ به بعد) و نمایندگان شرکت‌های تبلیغاتی و شوراها رسانه ایشان (اتحادیه آگهی‌دهندگان، Carat France، Havas، Publicis و TMP) است.

مدیامتری نظرسنجی خود را در مورد رادیو از طریق تلفن و بر روی یک گروه نمونه انجام می‌دهد. این گروه شامل ۱۶۳۰۵ نفر از دوشنبه تا جمعه و ۸۱۵۴ نفر برای شنبه‌ها و یکشنبه‌هاست. تا سال ۲۰۰۲ این نظرسنجی در مورد اشخاص ۱۵ سال به بالا صورت می‌گرفت، اما به دنبال فشار رادیوهای موسیقی NRJ و Skyrock مؤسسه مزبور سن نظرسنجی را از ۱۵ به ۱۳ سال کاهش داد. این نظرسنجی از این پس به تحقیق ۱۲۶ هزار نفری موسوم است. مؤسسه همچنین در سال ۲۰۰۵ علاوه بر ۷۵ هزار مصاحبه که در سطح ملی بر روی گروه مزبور انجام داده بود، تعداد ۵۰ هزار مصاحبه دیگر را به صورت هفتگی در سطح ناحیه‌ای و منطقه‌ای تدارک دید.

مجموع شنوندگان روزانه بر حسب درصد به عنوان عامل تعیین‌کننده پایه برای رادیو محسوب می‌شود؛ در حالی که این عامل برای تلویزیون عبارت از میزان توجه بینندگان به برنامه‌های تلویزیونی است. شنوندگان روزانه رادیو شامل اشخاصی می‌شوند که حداقل یکبار در روز به ایستگاه مشخصی گوش فرا می‌دهند. نرخ استماع (تعرفه بازاری) بیانگر حجم استماع برنامه‌های یک ایستگاه یا یک گروه رادیویی در قیاس با حجم کلی استماع رسانه رادیوست. هر درصد شنوندگان روزانه معادل ۴۹۸۳۲۰ شنونده ۱۳ سال و بالاتر می‌باشد. مؤسسه مدیامتری از هنگام شکل‌گیری تا به امروز تحت سرپرستی ژاکلین آگلینتا (Jacqueline Aglietta) قرار داشته است.

