

GUIDE BÉNÉVOLES

NOUS ENCOURAGEONS L'UTILISATION D'EXTRAITS DE CE MANUEL. TOUTEFOIS, LA STATION CHUO-FM APPRÉCIERAIT QUE L'UTILISATEUR CITE CES SOURCES. CE MANUEL EST ÉGALEMENT DISPONIBLE DANS LES DEUX LANGUES OFFICIELLES SUR NOTRE SITE INTERNET: www.chuo.fm

DÉCLARATION DE MISSION.....	3
Philosophie de la programmation.....	3
DROITS ET RESPONSABILITÉS DES BÉNÉVOLES	4
INFORMATION À PROPOS DU CRTC, DE L'ANRC ET DE LA STATION	
COMMUNAUTAIRE ET DU CAMPUS.....	5
L'ÉQUILIBRE DANS LA PROGRAMMATION.....	6
TYPES DE PROGRAMMATION	6
Émissions parlées vs émissions musicales.....	6
Les émissions parlées	6
Les émissions musicales.....	7
CONTENU DES ÉMISSIONS.....	7
Émissions parlées:	7
Émissions musicales:.....	8
RÈGLES DE BASE DE LA PROGRAMMATION	9
FEUILLES DE ROUTES.....	9
LES CATÉGORIES MUSICALES	9
BILINGUISME ET CONTENU DU LANGAGE.....	10
RÉGLEMENTATION À PROPOS DU CONTENU CANADIEN.....	11
CHANSONS QUI ONT DU SUCCÈS ET CELLES QUI N'EN ONT PAS	13
IDENTIFICATIONS DE LA STATION.....	14
PROGRAMMES D'INTERLUDES	14
PROMOTIONS D'ÉMISSIONS.....	14
MESSAGES D'INTÉRÊT PUBLIC.....	15
RADIO-FRANCE INTERNATIONAL (R.F.I.)	15
REPLACEMENTS	16
JOURNAL DES RUBANS	17
NORMES DES PROGRAMMES	17
PROPOSITIONS D'ÉMISSIONS	21
LE STUDIO DE PRODUCTION.....	22
L'ENTRAÎNEMENT.....	22
LA RÉSERVATION DU TEMPS DE STUDIO	22
ÉQUIPEMENT	23
POSSIBILITÉS DE BÉNÉVOLAT	23
LE DÉPARTEMENT DE MUSIQUE	23
Le traitement de la nouvelle musique	23
La bibliothèque musicale.....	24
Suivi.....	25
Palmarès.....	25
Possibilités de bénévolat	25

LE DÉPARTEMENT DES VENTES	25
Prix donnés gratuitement	26
Commandite d'émission	27
COMMUNICATION.....	27
Boîtes postales.....	28
Réunions.....	28
Site Internet de CHUO	28
List-serve.....	28
BÉNÉFICES DU BÉNÉVOLAT	29
CONCLUSION	29
REMERCIEMENTS	30

DÉCLARATION DE MISSION

À titre de station de radio située à l'Université d'Ottawa, le mandat de CHUO est de fournir à ses auditeurs une alternative : au niveau de la musique, des sujets abordés, des événements communautaires et culturels en offrant des points de vue différents de ce qui est offerts par les médias commerciaux (*mainstream*).

Au sein de la zone d'écoute de la grande vallée d'Ottawa et de l'Outaouais, CHUO s'efforce de donner une voix à la population étudiante de l'Université et aux communautés variées, de la région, principalement dans les deux langues officielles, tout en leur offrant l'opportunité de diffuser dans d'autres langues.

En fournissant l'entraînement approprié aux bénévoles et en créant un environnement exempt de tout harcèlement et de discrimination, CHUO veut donner au public l'accès aux ondes hertziennes!

Philosophie de la programmation

Dans le but de clarifier les buts et intentions de la station dans le domaine de la programmation, CHUO a compilé un document écrit "Philosophie de la programmation" qui définit les objectifs et les mandats des programmes de la station. Si vous avez des questions à propos de ce document, s'il vous plaît veuillez vous adresser au directeur de la station ou au directeur des programmes.

CHUO-FM / Radio Ottawa fait la promotion de la bonne entente interculturelle et de l'acceptation et ne diffusera aucun matériel faisant de la promotion haineuse, de la discrimination ou qui encourage le mépris contre un individu ou un groupe sur la base du genre, de la préférence sexuelle, de la race ou de l'origine ethnique, de la religion, de l'âge, d'habileté mentale ou physique à moins que ce soit dans le but d'améliorer la compréhension des auditeurs publiques d'une problème sociale.

CHUO présentera une programmation naturelle et dans un format différents de ce qui est habituellement présenté par les diffuseurs commerciales de radio ou par la SRC.

CHUO fera la promotion d'une programmation qui accentuera le contenu local et régional.

CHUO diffusera la documentation dans un contexte global, balancé et articulé tout en promouvant activement des opinions complémentaires à ce qu'on a entendu ailleurs.

CHUO s'engage à permettre à tous les membres des étudiants des communautés d'Ottawa et l'ensemble de la communauté un accès à l'égalité à la station et de participer à sa programmation.

CHUO se réserve le droit de refuser ou de révoquer le statut de membre à tout membre du personnel ou bénévole qui se conduit de manière contraire à l'esprit et au code de conduite cité plus haut, et/ou du C.R.T.C.

DROITS ET RESPONSABILITÉS DES BÉNÉVOLES

UN BÉNÉVOLE A LE DROIT:

1. d'être adéquatement sélectionné / interviewé et de recevoir une description du poste
2. d'occuper un poste qui en vaut la peine et qui apporte un défi, qui aidera à promouvoir la connaissance et la croissance
3. d'être informé sur les structures, l'assurance et le financement de l'organisation
4. à une orientation, à une formation initiale et continue
5. d'être informé des attentes et de la ligne directrices de la station
- 6 de recevoir l'appui du superviseur désigné
- 7 d'être traité comme un employé non rémunéré et recevoir la reconnaissance appropriée
- 8 de travailler dans un environnement libre de tout harcèlement et de discrimination
- 9 d'être informé de ce qui est arrivé à la station
- 10 de ce voir confier de l'information confidentielle appropriée
- 11 de s'attendre à recevoir du respect et de l'aide des autres membres de la station
- 12 de terminer son engagement avec la station en tout temps

UN BÉNÉVOLE A LA RESPONSABILITÉ DE:

- 1 choisir une organisation qu'il/elle soutienne et respecte et d'être sincère dans l'effort qu'ils fournissent.
- 2 de n'accepter qu'un poste dans lequel le bénévol croie et qu'il est le sentiment que ce poste sera conforme avec ses compétences, intérêts et disponibilités.
- 3 s'assurer qu'il/elle comprenne la structure et les règlements de la station
- 4 reconnaître le besoin de formation et y participer pleinement
- 5 se préparer pour chaque attribution de travail: suivre les directives de l'organisation et être conforme aux attentes
- 6 consulter un superviseur lorsque il/elle ne comprend pas clairement un règlement et fournir une rétroaction (feedback) constructive qui va améliorer de façon efficace le rendement de la station.
- 7 travailler comme membre d'une équipe, comprendre les fonctions du personnel rémunéré et demeurer dans les limites de la position de bénévole
- 8 aider à créer un environnement de travail libre d'harcèlement et de discrimination
- 9 être au courant des changements de l'organisation
- 10 respecter la confidentialité de la station et les affaires du personnel
- 11 aider la station hors de sa propre émission et d'être conscient des émissions des autres bénévoles

- 12 informer le directeur de la station de son départ dans un laps de temps convenable pour que celui-ci puisse trouver un remplacement

INFORMATION À PROPOS DU CRTC, DE L'ANRC ET DE LA STATION COMMUNAUTAIRE ET DU CAMPUS

Qui sont ces organisations et que font-elles?

Le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) est un organisme public indépendant qui réglemente et supervise les systèmes canadiens de la radiodiffusion et des télécommunications.

Le CRTC réglemente le contenu des émissions de radio et de télévision.

Cet organisme encourage l'industrie de la radio communautaire et universitaire à donner une voix aux sujets communautaires et sociaux. Afin de s'assurer que ces mandats soient respectés, le CRTC impose certains règlements et régularisations à toutes les stations de radio au Canada. Ces régularisations doivent être respectées et suivies en tout temps au risque d'une révocation de la licence de diffusion de la station. Les animateurs de CHUO se doivent d'être au courant et de se conformer à cette réglementation. C'est-à-dire l'équilibre dans la programmation entre le contenu canadien et le contenu français; les fiches de travail, les fiches de musique et les feuilles de contrôle de la station. Pour de plus amples informations à propos de ces sujets, veuillez consulter les sections appropriées de votre manuel de formation. La réglementation complète du CRTC est disponible sur demande auprès du directeur de la programmation.

Les stations de radio étudiante/communautaires, comme CHUO sont situées dans des institutions d'éducation postsecondaires. Elles sont financées par ces institutions comme par leurs auditeurs. Leur principal objectif est de fournir une alternative face aux médias commerciaux et de présenter aux auditeurs la musique et l'information la plus récente en ondes.

En 1981 l'Association nationale des radios étudiantes et communautaires (ANREC) fut fondée à London (Ontario), pour représenter les intérêts des stations étudiantes et communautaires. L'ANREC est une association à but non lucratif conçue par des organisations et des individus engagés sur une base volontaire qui ont une diffusion orientée vers la communauté. L'ANRC c'est dédier à l'évolution des radios étudiantes et communautaire au Canada, ainsi qu'à l'augmentation de leur efficacité. Elle travaille de près avec d'autres organisations régionales et internationales qui sont orientées vers la communauté afin de fournir du matériel de développement et un réseau de contact à ses membres. Tout cela dans l'optique de promouvoir la conscientisation du public et son appréciation de la radio communautaire au Canada. Pour de plus amples informations à propos de l'ANRC, visitez leur site web à l'adresse suivante: www.nrca.ca

L'ÉQUILIBRE DANS LA PROGRAMMATION

Lorsque vous animez une émission de radio, il est important de présenter à vos auditeurs **une vue d'ensemble complète** à propos des sujets dont vous allez discuter. Cela veut dire que vous devriez présenter les deux côtés de la médaille des sujets traités à votre émission. Cette présentation complète des sujets est désignée comme étant "l'équilibre dans la programmation".

Les animateurs ne peuvent pas compter sur d'autres émissions/animateurs pour présenter le point de vue opposé des sujets traités dans leur émission. Il est donc important que chaque bénévole et/ou groupe de bénévoles prenne un rôle actif s'assurant ainsi que CHUO offre une programmation équilibrée en tout temps.

Il est important de mentionner, toutefois, que le CRTC ne demande pas que chaque côté d'un sujet particulier obtienne le même temps de diffusion.. Il est simplement important de mentionner qu'il y a d'autres aspects à observer pour ce sujet. En ce sens, le règlement sur l'équilibre dans la programmation permet à CHUO de remplir son mandat alternatif.

Il est aussi important de mentionner que le CRTC déclare que:

"...l'obligation de fournir l'opportunité équilibrée de l'expression des différents points de vue à propos des sujets d'intérêt public ne s'applique pas dans le cas des commentaires abusifs vers les races et d'autres groupes identifiables."(Avis public de CRTC 1988-161, page 3)

Les animateurs devraient toujours essayer d'interviewer des gens variés possédant différentes opinions sur un même sujet. Essayez de ne pas interviewer la même personne plus d'une fois sur le même sujet. Trouvez des sources d'information fraîches qui offriront une meilleure diversité à nos auditeurs. L'équilibre dans la programmation est l'une des fondations de la morale et du journalisme et exige l'utilisation de votre bon sens et bon jugement.

Pour de plus amples informations à propos de l'équilibre dans la programmation, veuillez contacter le directeur de la programmation ou le directeur général de la station.

TYPES DE PROGRAMMATION

Émissions parlées vs émissions musicales

La programmation de CHUO est classée en deux catégories principales: les émissions parlées et les émissions musicales. Les émissions parlées tendent à être plus centrées sur le contenu verbal alors que les émissions musicales sont naturellement centrées principalement sur la musique.

Les émissions parlées

Les émissions parlées sont souvent composées largement d'interviews avec les gens directement

reliés aux sujets importantes dans la communauté. Elles sont habituellement centrées sur un certain sujet qui ne reçoit pas une couverture adéquate dans les médias de courant principal. À travers une présentation **équilibrée** de ces sujets, les émissions d'affaires publiques tentent d'éclairer et d'informer leurs auditeurs. Les émissions parlées peuvent également inclure de l'art-radio et couvrir des événements artistiques et culturels.

Les émissions musicales

Les émissions musicales sont orientées soit sur un genre musical spécifique (c'est-à-dire le hip-hop, jazz, world, etc.) ou bien de la musique de tout genre (émissions musicales générales). C'est la responsabilité des animateurs d'émissions musicale d'informer leurs auditeurs à propos de la musique et des artistes qu'ils font jouer et de toujours les introduire à de la nouvelle musique. Nous encourageons les animateurs d'émissions musicales à faire des entrevues avec des musiciens et d'autres membres de l'industrie de la musique. Les animateurs sont également invités à présenter aux auditeurs des discussions sur des sujets qui peuvent être approfondis ou illustrés par la musique. Ce que vous dites en ondes entre les pièces musicales peut accroître et améliorer votre émission.

CONTENU DES ÉMISSIONS

DE QUOI EST CONSTITUÉE UNE BONNE ÉMISSION

Voici quelques suggestions pour que votre émission soit à son meilleur:

Émissions parlées:

Assurez-vous de choisir des sujets qui vous intéressent. Si votre sujet ne vous excite pas ou ne vous stimule pas, les chances seront qu'il n'intéresse pas vos auditeurs. Essayez de sélectionner des sujets qui ne sont pas couverts par les autres média ou alors trouver de nouveaux points de vue sur des sujets communs.

Intégrez de la nouvelle musique dans votre émission. Faites de la recherche à la bibliothèque musicale pour élargir le cadre de vos sélections musicales. Généralement, les émissions parlées jouent de quatre à huit pièces musicales par heure. Utiliser de la musique qui est reliée au sujet traité aide à alléger les choses et à garder le rythme de l'émission. Rappelez-vous toujours, que peu importe la musique jouée dans votre émission, vous devriez remplir une feuille de route.

Nous vous encourageons à faire des entrevues le plus régulièrement possible. Faites de la recherche pour connaître vos sujets à fond, afin de poser des questions pertinentes. Faites une pré-entrevue avec vos invités. Posez leur des questions générales reliées aux questions que vous allez leur demander durant la véritable entrevue. De cette façon, vous aurez une idée de la direction que prendra l'entrevue. Référez-vous à la section *d'Entrevue* de ce manuel pour de plus amples détails.

Les annonces d'intérêt public sont là pour soutenir la communauté. En faire jouer pendant votre émission démontre à vos auditeurs que vous êtes bien informés et que vous vous impliquez.

La rédaction de scripts est essentielle pour les émissions parlées. Nous vous recommandons de prendre des notes sur ce dont vous désirez dire en onde. Prendre en note les noms et les dates peut s'avérer très utile! Il est conseillé d'éviter les acronymes et les abréviations puisque ces derniers vont simplement embrouiller vos auditeurs. Faites plusieurs copies du script, afin que tous les Co-animateurs ou les techniciens qui travaillent avec vous puissent suivre la même route. Ce n'est que faire preuve de bon sens, mais cela donne une allure beaucoup plus professionnelle à votre émission.

Émissions musicales:

Présentez-vous et nommez votre émission dans les 5 premières minutes de la diffusion (c'est-à-dire avant, pendant ou après la première pièce musicale).

Gardez toujours à l'esprit le mandat alternatif de CHUO (consulter la section *Chansons réussies versus celles qui n'y sont pas* du présent manuel). Nous devrions fournir aux auditeurs de la musique qu'ils ne pourront entendre que sur nos ondes. Explorez de nouveaux territoires et guidez vos auditeurs à travers de nouveaux domaines musicaux.

Présentez de l'information utile à vos auditeurs. Une émission musicale ne joue pas **simplement que** de la musique. Les animateurs musicaux devraient également fournir aux auditeurs de l'information concernant les musiciens (c'est-à-dire, d'où viennent-ils, depuis combien de temps le groupe est-il ensemble, quelles sont leurs influences musicales, etc.). Les animateurs devront également annoncer les prochaines émissions et événements musicaux à venir (c'est-à-dire qui, quand, où et combien coûtent les billets). Quelques fois, ces informations sont disponibles sur la jaquette de l'album ou dans les biographies qui sont souvent envoyées en même temps que les albums à la station. L'Internet peut également être une excellente source d'information. Pour de plus amples informations sur comment obtenir de l'information sur un groupe/artiste spécifique veuillez voir le directeur de musique.

Assurez-vous de parler à vos auditeurs régulièrement. Ne jouez pas plus de quatre pièces musicales à la fois (ou 15 minutes s'il s'agit de longues pièces musicales). Il est important que vous informiez vos auditeurs sur ce qu'ils viennent d'entendre.

Faire des entrevues avec des musiciens et inviter des artistes pour qu'ils jouent en direct sur les ondes pourrait être de l'excellent contenu d'émission. Ayez toute votre musique prête et organisée avant d'entrer dans le studio, si vous le désirez. Ça aide. Croyez-nous

Le plus important est de toujours être enthousiaste lorsque vous êtes en ondes! Vous ne devriez pas avoir l'air d'avoir un grand égo. Gardez toujours à l'esprit que vous faites de la diffusion pour la communauté. Vous êtes responsable durant votre émission. Faites votre mieux et agissez professionnellement. C'est tout ce qu'il faut pour animer une bonne émission.

RÈGLES DE BASE DE LA PROGRAMMATION

Avant d'entrer en ondes, tous les membres de la station devraient être informés de quelques règles de base préliminaires. Voici quelques définitions et explications de base qui vous aideront. L'information suivante est essentielle à tous les animateurs de CHUO:

FEUILLES DE ROUTES

Tous les animateurs devraient également remplir les feuilles de routes énumérant toutes les pièces musicales jouées durant leurs émissions. Ces feuilles peuvent être trouvées dans les cartables suspendus sur le mur à côté de la porte du studio de diffusion. L'information sur ces feuilles est utilisée pour compiler les graphiques et ensuite faire un suivi. Tout cela pour nous assurer que nous sommes conformes à tous les quotas exigés par le CRTC (c'est-à-dire le contenu canadien, musique française, etc.). Pour chaque chanson jouée en ondes, les animateurs devraient enregistrer dans les sections appropriées :

1. le nom de l'artiste(s)
2. le titre de l'album
3. le titre de la chanson
4. si oui ou non la chanson est considérée étant du contenu canadien, une nouvelle parution, francophone, ou instrumentale et si oui ou non elle provient de la bibliothèque musicale de CHUO (encerclez les lettres appropriées)
5. la catégorie de la musique appropriée (encercle le chiffre approprié)

LES CATÉGORIES MUSICALES

CHUO suit certaines directives émises par le CRTC concernant la classification de la musique par genre. Ces classifications sont brièvement inscrites sur les feuilles de route des pièces musicales. Les catégories musicales du CRTC s'énoncent comme suit :

Catégorie 1:

Nouveaux bulletins et information

Catégorie 2:

Générale en direct ou musique de divertissement enregistrée d'une longueur d'une minute ou plus, incluant des chansons populaires et des compositions qui appartiennent sous les entêtes "pop", country et western", "rythme et blues", "danse", "rock", "facile à écouter", "musique grand public", des arrangements populaires de la musique classique, de jazz, ou des chansons folkloriques authentiques ou de la musique écrite et jouée d'après l'idiome folklorique par des artistes d'aujourd'hui. Cela peut inclure des chansons de protestation et/ou à contenu politique et/ou à caractère de critique sociale, humoristiques ou satiriques, chansonniers et chansonnettes, music hall anglais et vaudeville nord-américain, des extraits individuels des œuvres de la scène de concert, des chansons laïques de Noël, de la musique populaire pour le cinéma et la télévision et la popularisation des idiomes folkloriques comme le latino-américain, le hawaïen et le calypso.

Catégorie 3:

Traditionnelle et d'intérêts particuliers. Musique d'une minute ou de plus en durée caractérisée par des chansons et des danses authentiques populaires des gens, de la musique institutionnalisée de croyances religieuses, de la "musique classique" , du jazz improvisé authentique, et des extraits étendus du théâtre musical populaire

Catégorie 4:

Production (identification de la station, ponts de programmes, promotions d'émissions)

Catégorie 5:

Publicité

Ces catégories contiennent aussi des sous-catégories. Le CRTC énonce qu'au moins 20% de la musique jouée par les stations de radio étudiante/communautaires doivent provenir des sous-catégories autres que "Pop, Rock et Danse". Au moins 5% de la musique doit provenir de la catégorie 3. Pour de plus amples informations, consultez le directeur musical ou le directeur de la programmation.

*Telles étaient les catégories énoncées par le CRTC au moment de la publication du présent manuel. Comme avec les autres règlements du CRTC, toutefois elles sont soumises au changement. S.V.P. consultez le directeur des programmes ou le directeur musical pour plus d'information en cours.

À la fin de l'émission, les animateurs doivent compter le nombre total des sélections canadiennes, francophone et les nouveautés qu'ils ont diffusées ainsi que le nombre total des pièces musicales et placer ces totaux dans les sections appropriées au haut des feuilles registres. Toutes les feuilles registres sont insérées dans le cartable suspendu sur le mur à l'extérieur du studio de diffusion.

Il est essentiel que tous les animateurs suivent ces instructions en tout temps, puisque les feuilles registres des pièces jouées **sont des documents légaux qui peuvent être demandés n'importe quel moment par le CRTC** et parce que l'information qu'elles fournissent est d'une grande importance pour le département musical de CHUO. Ne pas se conformer à cette réglementation entraînera des mesures disciplinaires.

BILINGUISME ET CONTENU DU LANGAGE

Tel qu'énoncé précédemment, CHUO est la seule station de radio étudiante/communautaire pleinement bilingue au Canada. La programmation de CHUO est présentement à 45% en anglais, 45% en français et 10% dans les autres langues. Le directeur de la programmation s'assure que ces quotas soient comblés. **Toutes les émissions française se doivent de jouer de la musique uniquement francophone ou instrumentale (à moins d'avoir une permission spéciale du directeur de la programmation) et toutes les autres émissions sont encouragées à explorer et à jouer de la musique francophone.**

RÉGLEMENTATION À PROPOS DU CONTENU CANADIEN

Le CRTC exige que la programmation hebdomadaire de la station soit **constituée D'UN MINIMUM DE 35% DE CONTENU CANADIEN**. L'objectif principal de ce système est d'encourager l'augmentation de l'exposition des artistes de musique canadiens, paroliers et compositeurs aux audiences canadiens, et de renforcer l'industrie de la musique canadienne en incluant à la fois les composants créatifs et de la production. **Le contenu canadien est calculé d'après le nombre des titres des pièces musicales jouées (pas la durée en minutes de chaque chanson)**. Étant donné qu'il est impossible pour chaque programmeur de connaître globalement le contenu canadien hebdomadaire de la station au moment de son émission, chaque animateur est requis de diffuser un minimum de 35% de contenu canadien lors de chaque émission, à moins que les arrangements soient faites avec le directeur des programmes. Tous les animateurs d'émissions multiculturelles de la station se doivent de diffuser 7% de contenu canadien.

Dans le but de découvrir si un artiste, une chanson, ou un album est considéré comme étant du contenu canadien, référez-vous à l'information suivante:

LE SYSTÈME M.A.P.L.

Le système MAPL fait référence aux quatre éléments utilisés dans la réglementation de la radiodiffusion pour qualifier les sélections musicales comme étant à contenu canadien. Ces éléments ont été choisis comme faisant partie de la réglementation sur le contenu canadien, à la suite de consultations publiques étendues. Le système MAPL a été conçu pour stimuler toutes les composantes de l'industrie musicale canadienne, et pour être aussi simple que possible afin que l'industrie puis les mettre en œuvre et de les réglementer.

Comment cela fonctionne-t-il?

1. Pour être qualifié comme étant du contenu canadien, une sélection musicale doit généralement remplir au moins deux des conditions suivantes:

M (musique) la musique est entièrement composée par un Canadien.

A (artiste) la musique ou les paroles sont interprétées principalement par un Canadien.

P (productions) la sélection musicale est composée d'une performance en direct qui est:

- i) enregistrée complètement au Canada ou
- ii) jouée complètement au Canada et diffusée en direct au Canada

L (en anglais lyrics, en français paroles), les paroles sont écrites entièrement par un Canadien

2. Il y a quatre cas particuliers où une sélection musicale peut être qualifiée comme étant du contenu canadien :

2.1 La sélection musicale a été enregistrée avant janvier 1972 et conforme à l'une des conditions citées ci-dessus.

2.2 C'est une présentation instrumentale d'une composition musicale écrite ou composée par un Canadien.

2.3 C'est la présentation d'une composition musicale qu'un Canadien a composée pour les instruments seulement.

2.4 La sélection musicale a été jouée en direct ou enregistrée après le 1er septembre 1991 et conformément au critère pour les artistes ou la production; un Canadien qui a collaboré avec un non canadien reçoit au moins la moitié du crédit pour les deux : la musique et les paroles.

SOCAN ET LA SEMAINE DE SOCAN

Une autre manière d'identifier la musique canadienne est le logo SOCAN(Société des Compositeurs, Auteurs et Éditeurs de musique du Canada). C'est une organisation à but non lucratif qui assure la protection des œuvres musicales conçu par des créateurs canadiens et étrangers au Canada. Cette organisation protège, conserve et fait la promotion des droits d'interprétation des créateurs de musique et travaille à améliorer le statut de son sociétariat sur une base nationale et internationale. SOCAN fait le suivi des œuvres de ses membres enregistrés, pour savoir le temps de diffusion que celle-ci ont obtenu.

À peu près 4 fois par année SOCAN fait un sondage pour savoir combien d'artistes canadiens sont diffusés en ondes et qui sont-ils. Ces sondages durent une semaine durant laquelle nous exigeons que tous les animateurs remplissent convenablement leurs feuilles de sondage de SOCAN.

Pour **CHAQUE** piste jouée dans votre émission durant la semaine de SOCAN (**qu'elle soit un contenu canadien ou non**), vous devez enregistrer:

1. à quelle heure la pièce a débuté
2. le titre de la pièce
3. un coche si la chanson est le thème de votre émission (si c'est la chanson que vous utilisez pour débiter et terminer votre émission chaque semaine)
4. le nom du / des compositeur(s) de la musique

Pour trouver le nom du/des compositeur(s), vous devez regarder sur la jaquette de l'album ou les notes d'information. Il devrait y avoir d'écrit quelque part "toutes les chansons par." possiblement suivi du symbole ©. Quelques fois, les noms des compositeurs apparaîtront entre guillemets, directement après le titre de la chanson sur la jaquette de l'album ou sur l'album lui-même. Si cette information n'est pas disponible, **comme dernier recours** vous pouvez utiliser le nom de l'artiste.

À la fin de la semaine, la station fait parvenir ces feuilles à SOCAN, qui dès lors paie tous les artistes canadiens enregistrés en rapport au nombre de fois où leurs chansons ont été diffusées au long de la semaine.

Toutes les semaines de SOCAN seront annoncées sur la liste de diffusion (référer à la section liste de diffusion de ce manuel) et chaque programmeur sera informé par voie de lettre dans leur casier postal. Quand les animateurs ont rempli leurs feuilles de SOCAN, ils doivent les laisser dans le casier postal du directeur des programmes.

***Tous les animateurs DOIVENT suivre ces instructions très attentivement. Ne pas le faire résultera par des mesures disciplinaires.**

CHANSONS QUI ONT DU SUCCÈS ET CELLES QUI N'EN ONT PAS

Un *succès* est défini par le CRTC, comme n'importe quel enregistrement ayant apparu dans les 40 meilleures pièces musicales d'une publication reconnue depuis 1955. Puisque que l'objectif principal de CHUO est de fournir à ses auditeurs de la musique alternative à la radio, on s'attend à ce que la station reflète cette philosophie dans sa programmation musicale. Dans le but de donner l'exposition aux nouveaux prometteurs artistes, CHUO a adopté une définition plus restrictive de ce qui est considéré d'être un succès. D'après les règlements de la station, un *succès* peut être aussi défini comme étant une pièce musicale qui a l'air *commercial* à cause de son genre musical ou sa production. De manière générale, les artistes qui ont des succès sont considérés interdits aux ondes de CHUO. Les bénévoles sont encouragés à consulter le directeur des programmes s'ils ont des questions à propos de ces réglementations.

Voici, quelques indices pour déterminer si une pièce musicale est considérée comme étant *commercial* ou non:

Demandez-vous toujours:

Est-ce que c'est quelque chose que j'aurais dû entendre ou que j'aie entendu à une station de radio commerciale? (C.-à-d. TAG Radio, CKTF, The Bear, Hot 89.9, Kool FM etc.) Est-ce que ce groupe aurait eu une vidéo en rotation fréquente à Musique plus et sa station sœur Much musique? Est-ce que cela sonne *commercial*?

Si vous répondez oui à l'une des questions ci-dessus, il y a des chances que la pièce musicale qui fait l'objet de votre discussion soit considérée trop commerciale pour être jouée à CHUO. CHUO existe pour fournir un son différent des autres stations et pour soutenir les artistes moins connus. Ce n'est pas que nous n'apprécions pas les individus talentueux qui réussissent dans l'industrie de la musique commerciale. Nous avons l'impression que les groupes qui ont déjà obtenu du temps d'antenne dans les stations commerciales n'ont plus besoin de notre aide. Nous préférons donner l'*exposition* aux artistes qui autrement n'en obtiendrait pas.

La Promesse de performance (POP) de CHUO stipule que **90% de contenu qui est hors du top 40**. Il n'y a que les anciennes émissions et dans de rares occasions, les émissions d'affaires publiques qui ont la permission de diffuser des chansons du top 40, lorsqu'ils peuvent démontrer la pertinence de son utilisation dans le contexte de leur sujet de discussions.

Toutefois, **les animateurs de CHUO sont priés d'éviter l'utilisation de chanson du top 40 lors de leurs émissions**. Ceci évite toute confusion et assure à nos auditeurs une sélection musicale fraîche, en tout temps.

Facteur de répétition: la réglementation stipule également que CHUO ne peut pas jouer la même pièce musicale plus de 10 fois par semaine.

IDENTIFICATIONS DE LA STATION

Les identifications de la station font la publicité pour CHUO et elles sont exigées par le CRTC. Tous les animateurs **devraient informer leurs auditeurs, un minimum de trois fois par heure qu'ils écoutent CHUO 89.1 FM**. Les identifications de la station peuvent être faites verbalement entre les séries musicales, les annonces ou elles peuvent être jouées sur le système « Media Touch ». Les cartouches de l'identification de la station durent approximativement 30 ou moins secondes et sont parfaites pour remplir le temps si jamais vous rencontrez des problèmes durant votre émission. Une identification verbale de la station doit informer les auditeurs sur la station qu'ils écoutent. Par exemple, les programmeurs disent fréquemment, "Vous êtes en train d'écouter CHUO 89.1 FM à Ottawa".

PROGRAMMES D'INTERLUDES

Les programmes d'interludes sont sur l'OMT (Media Touch) de l'ordinateur. Ils durent chacun environ 1 minute et servent comme autres moyen d'identification pour la station. Les programmes d'interludes doivent être joués 1 minute avant le début de chaque émission pour donner aux programmeurs plus de temps pour s'organiser entre les émissions. Les interludes sont également importants parce qu'ils aident les auditeurs à reconnaître la transition d'une émission à la suivante. Lorsqu'ils entendent un interlude, les auditeurs savent qu'une émission est terminée et qu'une autre va débiter. Lorsque l'interlude est en train de jouer, les programmeurs doivent rassembler leurs effets personnels rapidement et quitter la salle pour que le programmeur suivant commence à travailler dans le studio de diffusion. Cependant, il est préférable que vous n'utilisiez pas les ponts d'émission pour remplir du temps si vous rencontrez un problème lors de votre émission.

PROMOTIONS D'ÉMISSIONS

Tous les animateurs des émissions sont encouragés à créer des promotions pour leurs propres émissions de radio à la station. En utilisant le studio de production, les animateurs peuvent utiliser leur ingéniosité pour créer de nouveau format de promotion pour leurs émissions. Les promotions d'émissions se trouvent sur OMT de l'ordinateur et chacune dure environ 30 secondes. Vous trouverez régulièrement sur le côté OPLOG de l'écran des mémos vous rappellant de mettre en ordre des « ID, PSA, etc...) Cela signifie que vous pouvez choisir une de ces options du « Audio Library » sur l'ordinateur « Media Touch » et la diffuser même comme si c'était une annonce. Les programmeurs sont encouragés à faire un effort pour promouvoir les émissions autres que les leurs et aider l'augmentation de la connaissance du public à propos de notre programmation. Les promotions d'émissions sont aussi une autre manière pour laquelle les auditeurs apprennent à mieux connaître la variété étendue de la programmation de CHUO. Ils servent parfaitement pour remplir du temps si jamais vous rencontrez des difficultés lors de votre émission.

MESSAGES D'INTÉRÊT PUBLIC

Les messages d'intérêt public sont des annonces pour la communauté à but non lucratif et les événements culturels. Nous encourageons les animateur d'annoncer de tels événements durant leurs émissions étant donné que la station est un bon promoteur en ce qui concerne l'implication et l'interaction communautaire. Les bénévoles sont également encouragés de maintenir une connaissance accrue des événements communautaires et d'attirer l'attention du personnel de CHUO vis-à-vis ces événements pour qu'ils puissent être ajoutés à la liste des messages d'intérêt public. Les MIP sont situés sur l'OMT de l'ordinateur, ou peuvent être faits comme une lecture en directe. Les animateurs jouent/lisent ces annonces volontairement et ne peuvent pas être forcés d'annoncer un événement si ils pensent que celui-ci ne se qualifie pas comme étant un MIP. Par exemple, si vous recevez un appel lors de votre émission, vous demandant d'annoncer une vente spéciale d'aubaine, présentement en cours, dans un magasin particulier, il vous est permis (et en fait requis) de refuser d'annoncer cet événement. Ces genres d'événements ne sont pas catégorisés comme étant à but non lucratif et devraient être toutefois déplacés vers le département des ventes où ils seront facturés pour la publicité en ondes. **Nous demandons a nos bénévoles d'être vigilens, face aux personnes qui tente d'avoir de la publicité gratuite venant de CHUO. De plus, les animateurs devraient toujours se rappeler que CHUO a une politique contre les événements d'annonces faisant la promotion de la haine.**

Si les animateurs ont des questions concernant ces sujets, ils peuvent consulter le directeur du marketing ou le directeur général de la station.

RADIO-FRANCE INTERNATIONAL (R.F.I.)

R.F.I. est un service de diffusion mondiale venant de France. CHUO diffuse la R.F.I. chaque lundi au vendredi entre 6h et 7h du matin. La station diffuse également la R.F.I. comme un **dernier recours** afin de remplir le temps d'attente après minuit. Diffuser la R.F.I. permet à CHUO d'offrir à ses auditeurs une forme de couverture des nouvelles internationales. Le service de la revue de R.F.I. délivre également une grande variété de programmes spéciales et de musique sélectionnée sur CD qui peuvent être à l'usage des animateurs.

La station est directement branchée à la R.F.I. Pour commencer la diffusion, vous n'avez simplement qu'à mettre en marche l'interrupteur sur le panneau de contrôle du studio de diffusion.

Tel qu'indiqué précédemment, la station se sert quelques fois de la R.F.I. comme outil pour remplir du temps en onde afin de compléter la programmation nocturne. Par exemple, si un animateur n'est pas présent pour son émission et néglige de trouver un remplacement, l'animateur de l'émission précédente se doit de le remplacer pour la procédure de l'émission ou de mettre en marche la R.F.I. jusqu'à ce que l'animateur de l'émission suivante soit sur les lieux. Lorsque vous commencez ou arrêtez la diffusion de la R.F.I., il est important de vous assurer que vous n'interrompiez pas en plein milieu une pièce ou particulière une phrase. Essayez toujours d'écouter la R.F.I. comme prévu avant de l'envoyer en ondes. Attendez jusqu'à la fin ou le début d'une pièce avant de la mettre en marche. **N'interrompez jamais un bulletin de nouvelles**

avant qu'il ne soit terminé. Les bulletins de nouvelles de la R.F.I. sont diffusés chaque demi-heure et normalement durent exactement 10 ou 15 minutes. Tous les programmeurs doivent être familiers avec cette procédure et la suivre. **Pour de plus de détails, veuillez consulter le directeur des programmes.**

REPLACEMENTS

Les animateurs sont responsables et doivent garantir la diffusion de leur émission à l'intérieur de la plage horaire qui leur est alloué. Si les programmeurs sont incapables de faire leur émission en direct, il y a la possibilité de pré enregistrer leur émission au studio de production. Si les programmeurs pré enregistrent leur émission, ils doivent informer le directeur des programmes afin que les mesures appropriées soient prises pour assurer que l'émission soit diffusée à l'heure indiquée. Il ne faut jamais attendre à la dernière minute!!!

Trouver un remplaçant

Si le pré enregistrement n'est pas possible, les animateurs doivent aviser le directeur des programmes de leur absence au moins une semaine d'avance afin qu'il ait le temps de trouver un remplaçant **entraîné approprié. Il est interdit aux animateurs de trouver leurs propres remplaçants à l'extérieur de la station.** La station a une liste courante de bénévoles qui sont **entraînés convenablement** pour remplacer les programmeurs absents. Tous les bénévoles qui sont intéressés à avoir leurs noms sur cette liste peuvent contacter le directeur des programmes. Si vous ne pouvez pas vous faire votre propre émission, vous devriez chercher votre propre remplaçant à partir de cette liste.

Remplacement

En cas d'urgence, avertissez nous de votre absence! Il est possible que l'animateur qui fait l'émission après le vôtre soit en retard ou absent. Si cela se produit durant les heures d'ouverture de bureau, vous êtes demandés d'informer le directeur des programmes ou un autre membre du personnel de la station immédiatement. Si c'est après les heures d'ouverture du bureau, nous demandons aux programmeurs, si c'est possible de prendre la place de l'animateur absent. Il est recommandé que le remplaçant essaie de suivre le format de l'émission qu'il/elle remplace, mais si le remplaçant a une connaissance insuffisante du format qu'il/elle n'est pas permis de jouer n'importe quel type de musique. Si vous êtes un remplaçant pour une émission, assurez-vous d'en informer fréquemment vos auditeurs et mentionnez qui vous remplacez et quand il reviendra. Si les animateurs sont incapables de faire le remplacement eux-même et ne peuvent pas trouver un remplaçant qualifié, ils doivent composer un des numéros d'urgence pour contacter le staff, ces numéros sont affichés dans le studio de diffusion. Si cette situation se produit après minuit, nous demandons aux animateurs de simplement mettre en marche la diffusion de la R.F.I. jusqu'à l'arrivée du prochain animateur. Les programmeurs doivent informer le directeur des programmes de tel incident le plus tôt possible (c.-à-d. le jour suivant de la semaine) Tous les bénévoles de CHUO doivent être familiers avec ces procédures et les suivre en tout temps. Consultez le directeur de la programmation pour de plus amples détails quant au format des remplacements.

JOURNAL DES RUBANS

Le CRTC exige que la station garde une copie enregistrée de tout ce qui a été diffusé sur les ondes de CHUO durant une certaine période de temps. CHUO enregistre sa programmation sur l'ordinateur situé dans la pièce d'ingénierie. L'ordinateur enregistre notre diffusion 24 heures sur 24, 7 jours par semaine. Ne pas garder une copie de toute notre programmation pourrait résulter en la révocation de la licence de diffusion de la station. Le CRTC se réserve le droit d'écouter ces enregistrements en tout temps. Le journal des enregistrements est utilisé comme preuve lors d'enquêtes de contenu face au émission diffusé à la station. Pour de plus amples informations, consultez le directeur des programmes ou le directeur général de la station

NORMES DES PROGRAMMES

Pour pouvoir aider et guider ses animateurs, CHUO a produit une liste de normes de la programmation. Ces normes peuvent et devraient être utilisées afin d'évaluer votre propre émission. Chaque émission de la station devrait être conforme à ces critères.

1. **Vous avez la responsabilité d'offrir une programmation qui est unique et pas facilement disponible ailleurs dans les médias.**
2. **Vous avez la responsabilité de fournir une programmation de haute qualité.**
3. **Vous avez la responsabilité de fournir une programmation qui satisfait le besoin dans la communauté et qui soit utile pour son auditoire intentionnel.**
4. **Vous avez la responsabilité de communiquer efficacement avec les auditeurs.**
5. **Vous avez la responsabilité de relier l'émission à son auditoire intentionnel**
6. **Vous avez la responsabilité de ne pas abuser des ondes de quelque façon.**

Le matériel présenté, que ce soit de la musique ou des paroles n'est généralement pas trouvé ailleurs sur le cadran et ne chevauche aucune autre émission de CHUO. Le matériel doit défier l'auditoire en étant nouveau et frais et le talent de l'annonceur devrait invite l'auditoire à l'écouter.

Si l'émission présente un sujet qui est déjà traité par les autres média, l'émission prendra un angle incontestablement différent.

L'émission fournit une programmation qui est systématiquement pertinente aux communautés sous-représentées.

(Programmation Francophone) L'émission fournit une programmation qui est systématiquement pertinente à la communauté franco ontarienne et les autres communautés francophones sous-représentées. Les sujets de l'émission sont consistant et non répétitif. L'émission a toujours quelque chose de nouveau ou différent à offrir à ses auditeurs chaque semaine.

(Où cela s'applique) La programmation musicale de style « rue » est à l'écoute des moindres détails en matière de nouveauté et développements dans la culture populaire et des sous-populaire.

1. Vous avez la responsabilité de produire une programmation de qualité.

1.1 Philosophies

L'émission défie les suppositions, les croyances, les goûts et dégoûts des auditeurs. L'émission fournit un forum pour la pensée critique, d'analyse et d'expression. L'émission explore les possibilités de la radio à son maximum.

1.2 Contenu

Le contenu est bien préparé, bien planifié et précis.

Dans toutes les émissions, la musique est d'une telle qualité que les auditeurs se demandent "qui est cet artiste?"

Le contenu des émissions parlées soulève des questions et indique ce qui va au-delà du superficiel et fait réfléchir l'audience (ou dans le cas d'entrevues, l'invité).

1.3 Technologie/l'animation

Les animateurs ont évidemment une compréhension solide de ce qu'ils font, mais ne confondent pas "professionnalisme" avec "radio commerciale".

On réduit les erreurs techniques à leur minimum. Les animateurs sont capables de traiter les erreurs calmement, tout en **réalisant que souvent les auditeurs remarqueront les défauts techniques seulement lorsque l'animateur attire l'attention sur celles-ci**. Les procédures techniques sont suivies afin de faire un usage optimal des capacités de diffusion sans endommager l'équipement.

(Émissions musicales) La sélection des chansons suit un flot organisé, tout en ayant une grande diversité. L'émission a une direction préétablie du début à la fin.

2. Vous avez la responsabilité de fournir une programmation qui satisfait un besoin dans la communauté et qui est utile pour son auditoire intentionnel.

2.1 Information pour la communauté

L'émission sert un but précis pour un auditoire intentionnellement reconnu.

Les animateurs sont conscients de ce qui est approprié comme matériel pour l'émission. (Musique) L'émission révèle toujours l'avantage du type de musique diffusé par les animateurs.

L'émission reste au courant de toutes les nouvelles parutions remarquables dans son genre(s) de musique choisi.

2.2 Diversité dans la programmation

Les animateurs s'assurent d'offrir à leurs auditeurs la plus grande variété de programmation possible dans le mandat de l'émission. (Musique) Les programmeurs présentent un échantillon représentatif des genres de musique (ou les sous-genres dans le cas d'émissions spécialisées).

2.3 Promotion des talents canadiens et autres talents sous-représentés

Chaque fois que c'est possible, l'émission augmente la conscientisation des artistes des groupes suivants: Canadiens, francophones, locaux, indépendants, féminin, et autres groupes sous-représentés.

Quotas pour ce programme: Canadien, francophone, nouvelles parutions.

3. Vous avez la responsabilité de communiquer efficacement avec vos auditeurs.

3.1 S'assurer que vos auditeurs sachent ce qui se passe

L'animateur tient à ce que ses auditeurs soient informés de ce qui se passe à l'émission et à la station (en annonçant la prochaine émission, ainsi que tous les événements spéciaux de CHUO).

L'animateur intervient suffisamment souvent en ondes pour maintenir le lien avec l'auditoire.

L'animateur identifie tout le matériel joué avec une fréquence qui est appropriée au format de l'émission.

L'animateur identifie la station au moins une fois chaque vingt minutes d'une manière ou d'une autre.

L'animateur identifie toujours la station tout à la fin de l'émission.

L'animateur identifie l'émission aux auditeurs et décrit clairement son objectif.

L'animateur débute et termine le programme à l'heure.

3.2 Respecter l'intelligence de vos auditeurs

Les animateurs respectent les auditeurs et ne sous-estime pas leur intelligence.

Les animateurs ne prêchent jamais à leur auditoire. Ils leurs fournissent un accès aux différents points de vue afin qu'ils puissent faire leurs propres décisions et jugements.

Dans la majorité des cas, les journalistes laissent leurs invités exprimer leurs opinions sur un sujet. Les journalistes devraient avoir une connaissance égal ou plus grande que l'auditoire face à la matière traitée. Les journalistes devraient être familié avec les deux côtés de l'histoire. Si l'un des partie n'est pas présent lors de la discussion, le journaliste doit prendre le point de vue du partie manquant dans la formulation de leur questions. Cela ne s'applique pas aux pièces clairement identifiées comme commentaires.

Les animateurs maintiennent leur responsabilité face aux auditeurs en ce qui concerne le respect du mandat de l'émission et celui de CHUO. L'émission n'a pas l'air enjôleur, brillant, ou prétentieux. L'animateur va parler aux auditeurs de la même façon que deux personnes se parleraient dans une situation quotidienne. L'animateur insiste sur le contenu plutôt que sur le style. L'animateur s'abstient de jaser excessivement hors de propos. **Même si les animateurs peuvent être provocants, ils ne sont pas arrogants ou odieux.**

3.3 Communiquer clairement

L'annonceur est une personne avec qui l'auditeur voudrait partager sontemps, dû à la connaissance des annonceurs sur la matière traité, de leur sens de l'humour, de leur habilité de communiquer ou "leur présence" en ondes. L'annonceur sait comment rendre son matériel intéressant. Son enthousiasme et sa passion pour la matière d'un sujet émanent à travers les ondes. S'il y a plus d'un animateur, il devrait avoir une "chimie" entre les animateurs. Les annonceurs "jouent les barrages" entre eux en conservant l'*élan* de l'émission. Tous les annonceurs sont introduits au début de l'émission et travaillent en ondes ensemble après. Les animateurs parlent d'une manière qui est claire et facile à

comprendre. Particulièrement dans le cas de communautés linguistiques qui font face au danger de l'assimilation dans la région d'Ottawa/Hull, les animateurs s'efforcent de s'exprimer en utilisant un discours qui est exempt d'erreurs grammaticales et d'anglicismes. En même temps, ils utilisent un langage qui permet à l'auditoire intentionnel de s'identifier avec eux. Les difficultés linguistiques ne devraient pas présenter une barrière pour les personnes provenant des minorités linguistiques qui souhaitent faire de la radio en français ou en anglais, fournies qu'elles puissent communiquer efficacement dans ces langues.

4. Vous avez la responsabilité de relier l'émission à son auditoire intentionnel

4.1 Implication communautaire

Les animateurs font partie de la communauté que l'émission sert. Faire partie de cette communauté signifie participer à ses événements et activités, et participer à ses discussions, ses controverses et ses luttes. (Émissions particulières) L'émission ne "couvre" pas une scène ou une communauté d'une manière détachée, comme les journalistes le font dans le radio publique. Au lieu, l'émission participe activement, commémore, célèbre et contribue à ces communautés et ces scènes, à leurs défis et leurs succès.

Les animateurs reflètent la diversité de la communauté que l'émission serve par son mandat, et pas justement un segment de cette communauté. L'animateur ouvre l'émission aux contributions de l'auditoire intentionnel. L'animateur ne parle pas avec condescendance à l'auditoire intentionnel, en rappelant qu'ils étaient sélectionnés comme programmeur pour leur communauté parce qu'il/elle est un membre de cette communauté. L'auditoire intentionnel s'identifie avec l'animateur.

4.2 Promotion du programme

Les animateurs font connaître l'existence de l'émission à leur communauté ainsi que les événements spéciaux se passant à l'émission. Ils utilisent toutes les chaînes disponibles pour faire la publicité et promouvoir l'émission. Ils travaillent avec le directeur du marketing pour développer et mettre en pratique une stratégie de promotion pour l'émission. Les programmeurs s'assurent que leur communauté sache l'importance de contribuer financièrement à CHUO, que ce soit à travers la publicité, les campagnes de financement, ou rendre service aux événements de la campagne de financement.

5. Vous avez la responsabilité de ne pas abuser des ondes peu importe la façon.

5.1 Propagande haineuse et commentaire abusif

L'émission ne diffuse pas de matériaux qui font la promotion de la discrimination ou de la haine, que se soit contre un individu, un groupe ou sur la base de la race, de l'origine nationale, ethnique, de la couleur, de la religion, du sexe, de l'âge, des habilités mentales ou physiques, de l'orientation sexuelle, de l'occupation ou de quels autres fondements. L'émission reconnaît que certains matériaux pouvant faire la promotion de la discrimination ou de la haine, pourraient être utilisés de manière à exposer l'auditoire à de telle discrimination dans le but d'augmenter la conscientisation en ayant confiance que cela facilitera l'éradication éventuelle de ces formes de discrimination.

5.2 Blasphème

Les animateurs ne blasphèment pas gratuitement. S’Ils présentent du matériel contenant des blasphèmes (les jurons inutiles) ils doivent donner un contexte et démontré les valeurs rédemptrices. Tout matériel enregistré est examiné en tenant compte de ces principes.

5.3 Obscénité

Une obscénité est définie comme une représentation gratuite de sexe ou de violence qui n'est pas justifiée dans le contexte de l'émission et de la station par sa valeur informationnelle ou par son mérite artistique. L'animateur reconnaît que CHUO est mandatée pour explorer toutes sortes de musiques et de stimuli auditifs. Ceux-ci peuvent souvent inclure des textes d'artistes explorant les aspects les plus difficiles de l'expérience humaine et des comportements; par exemple le sadomasochisme, l'addiction, l'esclavage, l'insanité, la violence, la haine, la torture et le génocide. CHUO croît que tels artistes agissent souvent comme catharsis émotionnelle de notre société et, comme tels, ont le droit d'être entendus. Les animateurs doivent toutefois être préparés à justifier la diffusion de tel matériel en identifiant les facteurs rédempteurs et en fournissant le contexte.

5.4 Libelle, calomnie, diffamation

Le matériel est bien conçu, préparé d'avance, et bien documenté pour éviter les allégations de libelle, de calomnie ou de diffamation (l'avocat des média, Klaus Pohle, a donné un atelier sur la loi des média en février 1996 à CHUO. Un enregistrement sur cassette de l'atelier (anglophone), est disponible auprès du directeur de la programmation).

5.5 Autres considérations légales

Les animateurs se sont familiarisés avec les lois à propos : des aliments, des drogues et des conseils médicaux, les remarques anti-gouvernementales, les élections, les campagnes de financement, les droits d'auteurs et les fausses nouvelles. Un document sur ce sujet, intitulé "Normes de la programmation: autre considération légale" n'est pas reproduit ici, mais est disponible auprès du directeur de la programmation. Il y a également de disponible, la copie en cours de la Loi de la diffusion.

5.6 Promotion personnelle

Les animateurs n'utilisent pas l'émission pour faire de la promotion personnelle ou pour propager un culte de la personnalité ou tout autre culte. Ils ne se nomment pas excessivement durant le programme.

PROPOSITIONS D'ÉMISSIONS

Tout bénévole de la station (considérant qu'il/elle ait la formation requise) est encouragé de trouver des idées pour de potentielles nouvelles émissions à CHUO. Afin d'obtenir la permission d'avoir votre propre émission, il est demandé aux bénévoles de présenter une proposition d'émission par écrit. Cela implique de donner une brève description de votre idée au long avec toute l'information concernant les avantages d'adopter une telle émission. Ces

propositions d'émissions sont acheminées au Directeur de la programmation, qui dès lors les apporte au Comité de programmation. Le Comité prend le temps d'examiner chaque proposition individuellement, évaluant son intérêt potentiel et sa conformité aux philosophies et règlements de CHUO et CRTC. Le Comité de programmation vote pour décider si les propositions seront acceptées ou non. Toutes les propositions acceptées sont alors retournées au Directeur des programmes qui, à son tour, informe les bénévoles de la décision prise. Lorsqu'une proposition d'émission est approuvée, il est nécessaire de discuter des détails du mandat de la nouvelle émission. Le Directeur de la programmation et le Comité de programmation sont toujours là pour aider et encourager les nouveaux animateurs. Nous encourageons fortement les bénévoles d'utiliser ces précieuses ressources. Dans l'éventualité où il n'y a pas de comité de la programmation en place, la responsabilité d'évaluer le potentiel des émissions revient au directeur de la programmation.

Il y a une directive pour remettre une proposition d'émission dans la liste des tâches des bénévoles sur le site du web : www.chuo.fm

LE STUDIO DE PRODUCTION

L'ENTRAÎNEMENT

CHUO offre des ateliers de formation pour les membres intéressés à apprendre le fonctionnement du studio de production. Les participants apprennent la base de l'enregistrement. Ceci inclus, l'utilisation d'une console de mixage, le programme Adobe audition, les microphones et tout autre équipement d'enregistrement dans le studio de production. Les participants apprennent également les techniques de base ("splicing" ou collure) qui sont requises pour faire le montage d'une pièce. Pour vous inscrire à l'entraînement du studio de production, veuillez consulter le coordonnateur de la production.

LA RÉSERVATION DU TEMPS DE STUDIO

Le studio de production est disponible pour tous les bénévoles entre 9h et 18h00 5 jours par semaine. Les bénévoles peuvent réserver le studio en signant sur la feuille d'inscription de production située sur le mur à l'extérieur du studio de diffusion ou dans le bureau. Lorsque vous signez sur cette feuille, il est important que vous écriviez clairement votre nom et votre numéro de téléphone avec lequel vous pourrez être contactés. Il faut aussi vérifier avec un employé quand vous inscrivez votre temps. Cela va garantir que le temps que vous avez réservé est réservé pour vous. Si vous ne le faites pas, votre créneau risque d'être attribué à quelqu'un d'autre.

Il est très important de garder le studio de production propre en tout temps! Toute consommation de nourriture ou de boissons est absolument interdite à l'intérieur du studio. Les bénévoles ne doivent pas débrancher ou rérouter les fils branchés sur le « Patch-Bay »

puisque cela ajoute simplement de la confusion et mène à des complications pour ceux qui utilisent le studio après vous. Laissez toujours le studio de production en bonne condition avant de quitter.

ÉQUIPEMENT

Le studio de diffusion est équipé avec:

- une console de mixage principale
- un magnéto à cassettes
- un lecteur de CD
- une plaque tournante
- un lecteur de mini disc
- des microphones
- un ordinateur

POSSIBILITÉS DE BÉNÉVOLAT

Le département de production de CHUO est toujours à la recherche d'un coup de main de la part des bénévoles. Il y a plusieurs manières de s'impliquer dans cet aspect de la station. Après avoir compléter la formation requise, vous pouvez :

-faire de la technique pour des émissions et des entrevues préenregistrées, des annonces vocales aider à l'enregistrement des annonces, créer les nouvelles identifications de la station ou les interludes de programmes, faire la promotion des émissions, créer et enregistrer un documentaire...

Les possibilités sont sans limites. Consultez le coordonnateur de la production ou le directeur des programmes pour de plus amples détails.

LE DÉPARTEMENT DE MUSIQUE

Pour comprendre complètement les procédures variées et les nombreuses possibilités de bénévolat reliées avec le département de musique, il est nécessaire de se familiariser avec quelques aspects fondamentaux du département. Ce qui suit est une brève description de quelques éléments principaux du département de musique de CHUO.

Le traitement de la nouvelle musique

La station reçoit en moyenne une centaine de CD par semaine. Chaque nouvel album reçu par la station subit une procédure de traitement extensif avant d'être classé dans la bibliothèque musicale. Les étapes variées du traitement incluent :

1. Écouter l'album. Pour pouvoir classer la musique selon une certaine catégorie musicale, il est nécessaire de l'écouter pour savoir comment il résonne!

2. Classer la musique selon une certaine catégorie. Pour classer les CD dans la bibliothèque musicale de la station, CHUO utilise les différentes catégories musicales qui ont été énumérés dans la section ci-dessus. Nous possédons notre propre système de classement pour les CD. Pour de plus amples informations sur ce système, SVP voir la section de la bibliothèque musicale ci-dessous.
3. Identifier la catégorie musicale en plaçant l'autocollant en couleur approprié sur le dos de l'album. Chaque catégorie musicale à CHUO a sa propre couleur désignée d'autocollant. Veuillez-vous référer à la section de la bibliothèque musicale ci-dessous.
4. Identifier si l'album a ou non du contenu canadien ou francophone. Si c'est le cas, placer les autocollants appropriés sur le dos de l'album.
5. Défigurer l'album. Cela réfère à l'action d'écrire le mot "CHUO" sur le devant et l'arrière de la jaquette de l'album et sur l'album lui-même (sur l'espace qui n'affectera pas l'enregistrement bien sûr). Le but est de décourager les personnes de partir délibérément avec les CD de la station.
6. Saisir l'album dans les fichiers de musique de l'ordinateur de la station. Cela inclut saisir le nom de l'artiste, le nom de l'album, le nom de la compagnie de disque, la date à laquelle l'album a été traité et s'il contient ou non du contenu canadien ou francophone. Ces données sont conservées définitivement sur fichier dans la station, ainsi, il est possible de faire le suivi de toute la musique reçue et classée dans la bibliothèque musicale.
7. Classer l'album dans la bibliothèque des nouvelles parutions du studio de diffusion.

Le département de musique garde également une copie de toutes les biographies musicales envoyées à la station. Ces dernières sont classées dans le bureau du département de musique et sont disponibles à tous les bénévoles sur demande.

La bibliothèque musicale

La bibliothèque musicale de CHUO est située dans le bureau de CHUO. La musique dans la bibliothèque est classée selon les différentes catégories. Tel qu'indiqué précédemment, chaque catégorie possède sa propre couleur désignée d'autocollant.

La musique est classée dans la bibliothèque selon ces catégories. Chaque catégorie a sa propre section d'étagères et tous les albums de cette catégorie sont gardés à l'intérieur de cette section. Les rubans et les disques vinyles sont classés dans des sections différentes des CD. Toute la musique francophone est conservée dans une section séparée à l'avant de la bibliothèque.

Lorsque vous choisissez un CD dans la bibliothèque, il est suggéré de tirer à la fois le CD désiré et celui qui est à côté. Enlevez le CD que vous désirez utiliser et gardez celui à côté légèrement sorti de l'étagère pendant que vous faites votre émission. Cela sera plus facile de trouver l'emplacement exact auquel vous devriez retourner le CD quand vous remplacez votre musique après votre émission. Soyez certain de replacer les deux CD correctement lorsque vous avez terminé.

Avant d'être placée dans la bibliothèque musicale, toute la nouvelle musique reçue à CHUO est classée dans la bibliothèque des nouvelles parutions située à l'extérieur du studio de diffusion. La musique anglophone y est gardée pendant deux mois et les nouvelles parutions francophones

pendant trois mois.

Suivi

Le département musical conserve un registre de toutes les pièces musicales qui sont jouées à la station. Cela est fait en ce référant aux feuilles registres des émissions. Pour voir quels albums sont joués souvent et combien de fois. Cette procédure s'appelle le suivi. Le suivi permet à la station de découvrir quels albums sont les plus populaires à un certain temps donné. Une fois par semaine, le département de musique reçoit des "appels de suivi" de la part des compagnies de disque et des artistes désirant savoir si leurs albums ont été reçus et si oui à quelle fréquence ils ont été diffusés à la station.

Palmarès

La station compile une variété des palmarès de musique de façon régulière. Ces palmarès sont un listage des albums les plus fréquemment diffusés par la station pendant une période de temps donné. **Une fois la semaine** le directeur de musique anglophone compile: le Top 30, Top 10 Jazz, Top 10 International, Top 10 Électronique, Top 10 Loud/Punk, et Top 10 Hip Hop. Le directeur de musique francophone compile un Top 10 palmarès de la musique francophone chaque semaine pour la même durée.

Ces palmarès sont envoyés à une variété de compagnies de disques et des publications nationales. Les compagnies de disques tirent profit de ces palmarès en recevant de la publicité pour leurs albums et en retour ils envoient encore plus d'albums à la station. Donc la station bénéficie des palmarès en plus d'augmenter la dimension de sa bibliothèque musicale. Les palmarès sont affichés hebdomadairement sur le site web de CHUO et sont disponibles le public.

Possibilités de bénévolat

Les possibilités d'aider le département de musique sont infinies. Les directeurs musicaux sont toujours à la recherche d'un coup de main de la part de bénévoles. Vous pouvez:

- traiter la nouvelle musique
- classer la musique dans la bibliothèque
- assurer que tous les quotas soient remplis
- aider le directeur musicaux à solliciter de la nouvelle musique pour la station
- faire des entrevues avec les musiciens, les compagnies de disques, et ainsi de suite.

Si vous avez des questions à propos du département de musique, SVP consultez le directeur musical ou le directeur de la programmation.

LE DÉPARTEMENT DES VENTES

À la station CHUO, les bénévoles et les membres du personnel travaillent diligemment pour fournir aux auditeurs une radio qui est différente, audacieuse et originale. Nous essayons de nous

tenir à l'écart des modèles de pensée traditionnels. Cette même philosophie s'applique au département des ventes de la station. CHUO est différente des autres stations par son contenu publicitaire, son auditoire cible et ses frais pour faire la publicité. Voici les quelques raisons qui expliquent pourquoi:

99% de la publicité de CHUO est planifiée, créée et réalisée à la station.

CHUO respecte l'intelligence de ses auditeurs. Nous évitons la monotonie, générique. Le mandat de CHUO, en ce qui concerne la publicité est de refléter la communauté qu'elle représente. Nous savons que nos auditeurs sont la crème de la crème et nous voulons refléter cela dans nos annonces. C'est pourquoi nous faisons particulièrement attention au contenu de nos annonces et à la sélection de nos clients.

Les bénévoles de CHUO savent que la programmation diversifiée de la station constitue une excellente manière d'unifier les auditeurs provenant des différentes communautés culturelles de notre région. CHUO encourage la promotion et le développement de ces communautés. Une portion importante de nos animateurs provient en effet d'origines culturelles variées. La station essaie également de le refléter dans sa programmation promotionnelle.

CHUO joue un rôle actif dans la communauté en offrant le temps d'antenne aux gens et organisations qui, autrement, n'auraient pas d'accès à la publicité. La station consacre des centaines d'heures chaque année la publicité **gratuite** pour la charité et des organisations à but non lucratif telles que les groupes de support pour les femmes, des groupes de défense des droits de l'homme, des groupes minoritaires et ainsi de suite. CHUO offre également des Co-présentations et des commandites aussi bien que la couverture des événements spéciaux variés tout au long de l'année (c.à.d. la Semaine de la fierté, **semaine 101, Mois de l'histoire des noirs**, et ainsi de suite).

CHUO encourage également la diffusion des messages d'intérêt public (MIP).

Près de 20% du total revenu de CHUO proviennent de la vente de publicité (environ 40 000\$ annuellement) Le département de ventes joue toutefois un rôle très important à la station. Le personnel de CHUO se fie aux bénévoles pour aider et contribuer dans ce département en diffusant diligemment leurs publicités désignées et en suivant les directives listées dans la réglementation du département des ventes. Voici quelques choses que toutes les bénévoles devraient savoir à propos du département des ventes.

Prix donnés gratuitement

Une bonne manière d'améliorer votre émission et de remercier vos auditeurs pour leur soutien est d'offrir des prix dans votre émission. Si vous choisissez de le faire, il est important que vous suiviez les instructions listées dans la réglementation du département des ventes. Étant un animateur de CHUO, vous risquez d'être sollicité par des sources extérieures afin de donner des billets de concert, etc le tout en ondes. Rappelez-vous toujours que donner des prix gratuitement en ondes est une forme de publicité gratuite. Tous les prix donnés gratuitement doivent être

approuvé par le département des ventes ou par le directeur de la station ou le directeur des programmes. Plusieurs organisations tentent d'obtenir de la publicité gratuite à CHUO. Rappelez-vous que la plupart des organisations souhaitant diffuser des prix donnés gratuitement devraient payer la station et signer un contrat. Une fois que le personnel a approuvé votre demande pour un prix donné gratuitement, vous devez remplir un formulaire que vous avez reçu au département des ventes à cette fin. Si l'organisation vous a donné un prix gratuitement, n'oubliez pas de le remettre au département des ventes avant de l'annoncer dans votre émission. Il n'y a rien de pire que de devoir renvoyer un auditeur, lorsqu'ils viennent pour récupérer leur prix et que nous ne pouvons pas trouver ce que nous leur avons promis. De telles situations embarrassantes ne diminuent pas seulement la crédibilité de votre émission, mais aussi celle de la station. Rappelez vous d'informer votre gagnant qu'ils doivent venir à la station durant les heures d'ouvertures du bureau (Lundi au vendredi de 10h00 à 16h00) pour récupérer leur prix. Si vous avez des questions concernant ceci, vous pouvez poser toutes vos question à notre directrice des ventes et marketing.

Commandite d'émission

Une manière intéressante de faire de la publicité à la station est de trouver un commanditaire pour votre émission. C'est particulièrement efficace lorsque votre commanditaire partage les mêmes intérêts que votre émission. Les commanditaires paient à la station un certain montant d'argent et en retour ils reçoivent la publicité chaque semaine dans votre émission. **Toutes les commandites doivent être canalisées vers le département des ventes.** Si vous avez une idée à propos d'un commanditaire potentiel pour votre émission ou si vous en avez déjà trouvé un, consultez le directeur du marketing ou le directeur général de la station. Êtes sûr de leur fournir toute information qui pourrait l'aider à signer un contrat avec votre commanditaire.

N'OUBLIEZ PAS QUE SEULEMENT LES MEMBRES DU PERSONNEL DU DÉPARTEMENT DES VENTES ET LE DIRECTEUR GÉNÉRAL DE LA STATION SONT LES PERSONNES AUTORISÉES À SIGNER DES CONTRATS DE LA PART DE CHUO.

Gardez ceci en tête, tous les bénévoles sont encouragés d'aider le département des ventes en cherchant des clients potentiels et en aidant au processus de la production des annonces.

COMMUNICATION

Il y a toujours de nouveaux changements et des activités à CHUO. La station fait beaucoup d'expérience ce qui amène des changements régulier à la grille de programmation, souhaitant ainsi la bienvenue à de nouveaux bénévoles. Reste a la fus des nouvelles, tu pourrais participer à la présentation d'événements dans la communauté, animez des réunions pour tous les bénévoles, achetez du nouvel équipement, et ainsi de suite CHUO considère qu'il est **de première importance de communiquer ces événements à tous les bénévoles de la station.** En fait, la station à plus de 250 bénévoles, établir une communication efficace entre les membres de celle-ci au fil des années, nous prouve que c'est tout à fait stimulant. La station a donc établi plusieurs moyens de communication pour améliorer l'interaction entre le personnel, les membres de la station et les membres de la communauté. Ces moyens sont listés et expliqués ci-dessous:

Boîtes postales

Chaque animateur de CHUO reçoit sa propre boîte postale (pigeonnier) qui est situées à l'extérieur du studio. Elles sont souvent utilisées par le personnel pour informer les animateurs des activités à venir et des événements (c.a. d. les réunions de la station, les possibilités de formation, semaines de SOCAN, programmation dirigée, et ainsi de suite.) Le département de musique laissera même quelque fois des messages dans les boîtes postales des programmeurs les informant des nouvelles parutions intéressantes. Les boîtes postales reçoivent également des lettres au sujet des événements communautaires et culturels qui se déroulent dans la région. Les animateurs doivent vérifier leurs boîtes postales régulièrement afin d'être mis au courant des activités de la station et de la communauté.

Réunions

CHUO organise au moins deux réunions obligatoires chaque année. L'objectif de ces réunions est habituellement d'obtenir une rétroaction (*feed-back*) des bénévoles, pour informer les membres des changements à venir à la station et/ou pour préparer la campagne de financement. Les réunions offrent également aux bénévoles la possibilité de mieux faire connaissance avec les autres membres et pour exprimer leurs opinions au sujet des problème et sujets pertinents. Les sujets discutés sont toujours d'une grande importance pour tous les membres de CHUO et donc tous les bénévoles sont attendue d'y participer à moins que les arrangements ont été faits à l'avance avec un membre du personnel.

Site Internet de CHUO

La station possède présentement un site web situé à l'adresse suivante: <http://www.chuo.fm>. Les bénévoles et les membres de la communauté sont encouragés à le parcourir. Le site web contient de l'information référent au personnel de la station ainsi qu'à la grille horaire de la programmation. De plus le site offre des liens variés aux pages web des animateurs de la station Il inclut également toute l'information contenue dans ce manuel, et autre information reliée à la station, ainsi il n'y a pas d'excuses pour ne pas avoir lu son contenu! Allez voir!

List-serve

La station a aussi une liste de courrier électronique (Bénévolat list serve) pour améliorer la communication entre le personnel et les bénévoles et les bénévoles entre eux. Tous les membres de la station à se joindre à cette liste de courriel pour recevoir régulièrement l'information mise à jour de la station. C'est-à-dire les événements spéciaux (semaine de SOCAN, programmation dirigée, etc), réunions, postes à combler, nouveaux membres du personnel, et ainsi de suite. S'inscrire à cette liste est fortement recommandée puis que l'information qu'elle contient est pertinente pour tout ceux qui sont impliqué à CHUO.

BÉNÉFICES DU BÉNÉVOLAT

Après avoir lu ce manuel entièrement, vous avez pensé probablement "Eh bien, il semble qu'il y a réellement beaucoup de travail!" Oui, vous avez raison dans un sens. À titre de bénévole à la station, vous avez beaucoup à apprendre et beaucoup de responsabilités à maintenir. Mais ne soyez pas découragé! Comme nos bénévoles expérimentés vous le diront, il y a des bénéfices sans limite au bénévolat qui rend significatif votre dur travail. Pour en mentionner seulement quelques uns:

Les bénévoles à CHUO...

- Rencontrent des tonnes de gens nouveaux et sensationnels qui viennent de différentes origines culturelles
- Reçoivent gratuitement, l'entraînement technique nécessaire pour l'utilisation de l'équipement dans les studios.
- Ont l'accès gratuit à l'utilisation de l'équipement dans les studios et celui pour l'utilisation à l'extérieur.
- Améliorent leurs compétences en relations publiques en faisant du service à la clientèle sur une base régulière.
- Améliorent leurs compétences oral en public cela en pratiquant en ondes.
- Améliorent leurs compétences en journalisme en menant des entrevues et en faisant de la recherche.
- Ont accès gratuitement à la bibliothèque musicale.
- Peuvent entendre les nouvelles parutions musicales avant leurs sorties en magasin.
- Obtiennent d'excellente expérience et habileté qui pourrait vous aider à trouver du travail dans l'avenir. (Croyez-nous, cela fonctionne vraiment)
- Reçoivent souvent des abonnements gratuits de concerts et d'événements en faisant partie des médias.
- Apprennent à propos de l'industrie de la musique, la communauté et la scène d'art.

Et la liste continue et continue. Les possibilités sont là. Plus vous êtes impliqués, plus vous en bénéficierez. Êtes-vous convaincus à présent?!

CONCLUSION

Maintenant que vous avez lu et étudié ce manuel avec une extrême dédications et persévérance, il est temps pour vous de mettre en pratique vos compétences récemment trouvées. Commencez maintenant, en suivant simplement les instructions de ce manuel et vous serez bien en voie de devenir un membre actif et apprécié de CHUO. Utilisez ce manuel comme référence lorsque vous commencez pour la première fois dans les studios. Si vous avez des questions sur n'importe quelle information discutée dans ce manuel, SVP consultez un membre du personnel. Nous sommes ici pour vous aider et pour rendre votre expérience de bénévolat beaucoup plus agréable. Par la suite, tout ce qu'il vous reste à faire, c'est de prendre de l'initiative et de vous impliquer. Si vous passez votre temps ici, ce sera certainement mémorable et enrichissante.

Bonne chance et bienvenue à CHUO!

REMERCIEMENTS

CHUO aimerait remercier les personnes suivantes pour leur aide et assistance à la rédaction de ce manuel: Mélanie Bedard, Erin Flynn, Karen McHarg, Genevieve Racine, Pierre Grand'Maison, Yves Pelletier, Michel Leduc, Ken Takahashi, Mitchell Caplan, Connie Crompton, Carole Barbeau, Angela Christopher, Rogelio Ramos, Philippe Charbonneau, Sheila Jenkins du centre de bénévoles, CKUT, Ann Montgomery et Erik Gravelle, Lorraine Benard, Mark Mullane, Diane Roller, Andrée Daviau, Dave Aardvark, Joni Sadler, Diane D'Almeida, Maxime Brunet, Thuan Tran, Pierre-Antoine Rivard Paquet et tous les bénévoles qui offrent leur contribution.