

# Radio France Internationale

- principes de base indispensables -

## FICHES TECHNIQUES

Les conférences de rédaction et de prévision  
Technique de l'interview radiophonique  
La numérisation d'une radio : conseils  
La table ronde radiophonique  
Le reportage radiophonique

L'écriture radiophonique (1) : écrire avec des mots  
L'écriture radiophonique (2) : écrire avec des sons  
Les formats de l'écriture radio  
Les sources de l'information  
Prise de son en reportage

## Les conférences de rédaction et de prévision

**L'information est une matière vivante** en constante évolution et pourtant même s'il est essentiel de ne pas laisser échapper ces développements de l'actualité, il faut bien à un moment se fixer des cadres : c'est le rôle de **la conférence de rédaction**.

Il y peut y avoir plusieurs conférences de rédaction par jour, selon le média pour lequel vous travaillez.

La journée d'une radio est en général rythmée par deux conférences, l'une dans la matinée, l'autre dans l'après-midi, afin de suivre au plus près l'évolution de l'actualité.

Exemple : dans la matinée, les forces russes n'avaient pas encore donné l'assaut ; dans l'après-midi, le théâtre est investi par les soldats...

Mais tous les acteurs de la "conf." savent bien qu'ils travaillent en quelque sorte sur du sable : un journal c'est une constante remise en question, un exercice difficile, un petit miracle renouvelé plusieurs fois par jour.

La conférence du matin est déterminante (au moins 4 heures avant le journal). C'est là que se décide la répartition des bobinots et des directs.

Celle de l'après-midi permet en général de renouveler les "angles" des papiers, de préparer "les matinales".

Une rédaction doit être, dans l'idéal, une mosaïque constituée d'autant de sensibilités que d'individus pour obtenir une hétérogénéité, un pluralisme, nécessaires au traitement de l'information.

Tous les journalistes doivent pouvoir faire entendre leur point de vue sur la meilleure façon de traiter les informations du jour et les sujets à venir, en participant, dans la mesure du possible, à toutes les conférences.

Un journal parlé s'appuie donc sur la conférence de rédaction. C'est la réunion de tous les acteurs-fabricants : éditorialistes, "rubricards", reporters, présentateurs, rédacteurs en chef ou chefs de services des départements (politique étrangère et intérieure, économique et social, culture, sciences et technologies, faits divers, sports).

Outre la conférence de rédaction, une bonne couverture de l'actualité dépend des **conférences de prévisions**.

Les conférences de prévisions, qui sont en général bi-hebdomadaires, permettent de prévoir le traitement de l'actualité prévisible. Il s'agit d'anticiper l'événement.

Exemple : dans une semaine l'OMS organisera un séminaire sur le SIDA...

Toutes les radios ne disposent pas évidemment d'autant de ressources rédactionnelles. Dans une petite station, avec des effectifs faibles en nombre, chacun doit être polyvalent.

Mais même dans ce cas, la concertation, le dialogue sur chaque thème à traiter, doivent être quotidiens.

***Il est important que la petite équipe rédactionnelle, quelle que soit sa composition, tienne compte des sensibilités variées de son auditoire et pratique véritablement le pluralisme de l'information dans le traitement de celle-ci.***

# **L'Interview radiophonique**

## **- DEFINITION**

L'interview est le mot anglais désignant, dans le cas présent, un entretien entre un journaliste ou un animateur et un interlocuteur source d'information. C'est un art difficile qui exige une bonne préparation, une connaissance de ses techniques et un sens aigu des rapports humains, autrement dit de l'attention portée aux autres. Il doit être pensé en terme de stratégie pour atteindre un objectif.

## **- OBJECTIFS : Les interviews se rangent en cinq catégories :**

1. **Interview "explication"**. Obtenir de l'interlocuteur des informations concernant un sujet dont il est spécialiste ou pour lequel il est bien placé.
2. **Interview "portrait"**. Faire connaître la personnalité de l'interlocuteur.
3. **Interview "témoignage"**. Faire parler le témoin d'un événement.
4. **Interview "déclaration"**. Demander à un acteur de l'actualité (homme politique, personnalité) sa réaction à chaud sur un événement ou une rencontre à laquelle il vient de participer.
5. **Interview "micro trottoir"**. Sonder un échantillon de la population pour avoir un reflet de "l'opinion publique" à propos d'un événement.

## **- COMMENT PREPARER UNE INTERVIEW ?**

- 1 **Se documenter**. Le travail de documentation est fondamental. C'est de son sérieux que va dépendre la pertinence de vos questions et votre capacité à résister aux tentatives de manipulation.
- 2 **Prendre contact**. Une bonne prise de contact doit permettre à votre interlocuteur de comprendre ce que vous attendez de lui et dans quel contexte l'interview sera utilisée mais doit aussi vous permettre de vérifier qu'il s'agit du bon interlocuteur.
- 3 **Préparer son questionnaire**. La préparation de votre questionnaire va dépendre de deux critères:
  - a) **Qui j'interroge ?** Un homme politique; un confrère; l'homme de la rue ; un spécialiste; une célébrité. Votre stratégie de questionnement ne sera pas la même dans chacun de ces cas.
  - b) **Pour quel usage ?** Bulletin d'information, magazine d'information, programme d'intérêt général. Le format et l'atmosphère devront être adaptée à cette utilisation.
- 4 **Préparer le matériel technique**

Vérifier son magnétophone (micro, cable, bande, cassette, mini-disque, accus ou batteries...) par un enregistrement suivi d'une écoute.

Si l'interview doit se dérouler en extérieur, prévoir une bonnette anti- vent.

## **- TROIS TECHNIQUES D'INTERVIEW**

**L'interview non directive** : débute par "Parlez-moi de...", n'utilise jamais de question. Elle laisse l'interlocuteur libre d'évoquer ce qu'il veut et n'est donc pas limitée par le champ de connaissances de l'intervieweur. Celui-ci relance sur des points qui lui semblent importants par une reformulation des propos de l'interviewé "vous disiez : ...". C'est la plus riche en quantité d'informations véritables, mais la plus difficile à maîtriser.

**L'interview directive** : n'utilise que des questions, plus ou moins ouvertes. L'interviewer sait de quoi il parle et parfois même connaît la réponse, mais il a besoin que l'interviewé se justifie ou confirme l'information.

**L'interview semi-directive** : alterne questions qui balisent le chemin et reformulations qui enrichissent l'interview.

## **- PRINCIPAUX TYPES DE QUESTIONS**

**Questions fermées** : Réponse par oui ou non.

*Ex : "Etes vous pour la liberté d'expression ?"*

**Questions à choix multiples** : La réponse est induite.

*Ex : "Etes vous pour la peine de mort, ou pour la prison à vie ?"*

**Questions semi ouvertes** : Réponses brèves et précises.

*Ex : Ces questions commencent en général par les termes interrogatifs suivants:  
"Combien ? Qui ? Quand ? Où ?"*

**Questions ouvertes à champ large** : Réponses détaillées, explications, justifications...

*Ex. "Que pensez vous de la liberté d'expression?"*

## **- QUELQUES FICELLES DU METIER**

**Pensez en termes de stratégie de questionnement**

**Commencez par une question plus ou moins anodine** en guise "d'échauffement", afin de mettre votre interlocuteur en confiance. Mais vous pouvez au contraire choisir de heurter dès la première question si vous voulez déstabiliser l'interlocuteur ou entretenir un climat polémique.

**Alternez les questions plus ou moins ouvertes** pour recadrer ou au contraire libérer la parole de votre interlocuteur. Il "noie le poisson" : enchaînez des questions fermées exigeant des réponses précises. Il se ferme : utilisez des questions ouvertes pour le détendre.

**Utilisez les reformulations lorsque l'interlocuteur saute du coq à l'âne sur un point important**, reformulez le passage précédent : "Vous disiez...". Le plus souvent, il revient sur ce qu'il souhaitait éluder.

**Hiérarchisez vos questions par ordre décroissant d'intérêt**. Si vous manquez de temps, l'essentiel est abordé. C'est le principe de la "pyramide inversée" des rédacteurs de dépêches.

**Pour éviter les pièges les plus fréquents :**

**L'interviewé répond à votre question par une autre question.** Taisez-vous, attendez qu'il réponde à votre question. S'il ne le fait pas, reposez la même question. Dans les cas extrêmes, rappelez la règle du jeu. Vous êtes l'interviewer : c'est vous qui posez les questions et votre interlocuteur a accepté cette règle en acceptant l'interview. Cela peut être dit sans agressivité mais fermement.

**L'interviewé amorce un début de réponse à votre question puis pose la question à laquelle il a envie de répondre.** Exemple : "Oui, effectivement... mais il y a une question à laquelle il me semble important de répondre..."; "La question est intéressante et elle en appelle une seconde..." Soyez vigilant. Revenez à la charge poliment, mais fermement jusqu'à ce que vous obteniez une véritable réponse.

#### **- LE RISQUE DE MANIPULATION**

Une interview mal préparée peut être **source de manipulation**. Le journaliste en situation d'interview doit donc toujours être **vigilant** et suffisamment **préparé** pour préserver sa **capacité de discernement**.

## **Numérisation d'une radio**

**Mise en place de groupes "Projet" par métiers** : journalistes, producteurs et présentateurs de programmes, réalisateurs, sonothécaires et documentalistes, techniciens, chargés d'études d'audience. Ces groupes sont constitués après appels à candidatures parmi l'ensemble des personnels. Rôle : informer le Comité de pilotage des contraintes propres à chaque métier, définir des besoins (en termes de fonctionnement comme en termes d'équipements), faire des propositions. Là où existent des syndicats représentant les différentes catégories de personnels, nécessité d'une information claire de leurs représentants.

**Choix de services "pilotes"**. Ceux-ci permettront de réaliser une évaluation, de valider les choix déjà faits et de procéder aux ajustements si nécessaires. C'est à partir de l'expérience "en grandeur réelle" de ces services qu'il sera ensuite possible de généraliser la numérisation à l'ensemble de l'entreprise.

**Le système de "tuteurs"**. Il est recommandé de mettre en place un système de "tuteurs" qui, dans chaque service, permettront de contribuer rapidement à l'intégration des nouveaux outils dans le travail quotidien. Ces "tuteurs" seront des personnels volontaires pour ce rôle et issus des groupes "Projet". Ils seront partiellement dégagés de leurs tâches quotidiennes afin de leur permettre d'intervenir auprès de leurs collègues de travail pour résoudre les problèmes qui peuvent surgir lors de l'utilisation des outils numériques. Il est évident que les "tuteurs" doivent non seulement être de bons professionnels, maîtrisant les technologies numériques, mais également posséder un sens du contact humain et de la pédagogie.

**Le calendrier du passage au "tout numérique" doit être établi avec beaucoup de soin**. Il ne faut pas sous-estimer les problèmes d'adaptation : problèmes matériels si le choix d'un équipement ou d'un système n'a pas été judicieux, problèmes psychologiques pour certains personnels habitués à manier un outil (l'analogique) auxquels on "impose" l'utilisation de nouvelles techniques. Il faudra donc, tout au long de la période de transition d'un système vers un autre, que le management d'une station soit particulièrement attentif aux problèmes qui peuvent surgir, ces problèmes pouvant conduire à des situations de blocage génératrices de conflits, voire d'une paralysie de l'antenne... Cette période de transition devra être nécessairement longue, sa durée variant avec la taille de la station de radio, le nombre des personnels concernés, les moyens mis en œuvre pour les former et le

champ d'application des nouvelles technologies. Six mois pour une petite station, un à deux ans pour une radio de taille moyenne, trois à quatre ans pour une station importante.

**La relation avec les fournisseurs est évidemment capitale.** Avant, pendant et après le processus de numérisation, il est essentiel de veiller à la qualité de cette relation. Avant : exiger une information complète sur les matériels, les systèmes, leur fonctionnalité, leur mise en place, leur compatibilité avec d'autres matériels ou systèmes qui devront continuer à être utilisés, leurs coûts, la formation nécessaire, qui prend en charge et assure cette formation... Ne pas hésiter à poser des questions, demander des schémas d'installation, des démonstrations, des références dans d'autres radios de même taille et de même format. Le moins cher n'est pas toujours le plus efficace ni le plus fiable dans le temps ; le plus cher n'est pas forcément celui qui vous convient...

**Pendant** : ne pas hésiter à solliciter le fournisseur en cas de problème ou de manque d'informations. Le "Service après-vente" d'une entreprise sérieuse doit pouvoir vous dépanner. Veiller au respect par l'entreprise du cahier des charges établi lors de la commande.

**Après** : pensez aux conditions d'exploitation et à la maintenance des matériels (en interne, externe ?). Les systèmes et les matériels évoluent comme... votre station. De nouvelles fonctions apparaissent, vos besoins ont sans doute changé. La mise à jour de vos systèmes et équipements est peut-être nécessaire. Il vous faudra actualiser votre relation avec les entreprises qui vous auront équipé ; vous informer sur d'autres fournisseurs apparus sur le marché, prévoir un budget d'actualisation des systèmes et continuer à former vos personnels...

**De toutes façons, sachez que le numérique, s'il contribue à faire de votre station une radio moderne et performante, pose aussi de nouveaux problèmes qu'il vous faudra gérer...**

## La table ronde radiophonique

### La phase initiale

Elle est capitale. Elle consiste dans le choix du sujet et des intervenants :

- a) le sujet doit être choisi avec *pertinence*. C'est-à-dire qu'il doit non seulement être *intéressant* mais également *arriver à point nommé* par rapport à l'actualité, ni trop tôt ni trop tard. C'est la pertinence du sujet qui lui donnera sa *légitimité* à l'antenne ;
- b) la même pertinence doit présider au choix des invités. Leur nombre dépendra de la longueur de l'émission, mais, au-delà de 4, le débat sera difficile à maîtriser. Leur qualité déterminera l'intérêt de la discussion. Il est bon qu'ils aient des expériences et des sensibilités différentes. Il est également souhaitable qu'ils sachent s'exprimer avec clarté et pédagogie. Enfin, un éventuel talent polémique n'est pas à négliger, étant bien entendu que l'essentiel est de réunir un "plateau" équilibré.

### La phase de préparation

Elle consiste à se documenter sur le sujet et sur les intervenants avant de dégager une problématique précise et de prendre contact avec ses interlocuteurs :

- a) la documentation doit permettre d'identifier les différents aspects du sujet de façon à choisir un angle de traitement, le premier piège à éviter étant celui des questions trop générales. L'important n'est pas de tout savoir sur le sujet mais de cerner le problème précis qu'on s'appliquera à éclairer, et donc de localiser d'où on part (la question de départ), par où on passera (les différentes questions à aborder), pour arriver où ? Ce chemin doit être balisé par un *conducteur* sous forme de questions. Il sera la bouée de secours qui vous permettra de conserver la maîtrise de l'émission. Il comportera l'ordre des thèmes à aborder, les temps approximatifs et le nom des participants que vous souhaitez interroger sur la question. Il indiquera le cas échéant à quel moment devront intervenir les ruptures sonores, musicales, appel à correspondant, appel d'auditeur ou élément préenregistré.
- b) la documentation doit également permettre d'en savoir plus long sur les intervenants, ce qu'ils ont écrit et ce qu'ils ont dit. Il s'agira ensuite de prendre contact afin de :
  - vérifier leurs qualités de débattre,
  - obtenir leur accord ferme pour une participation,
  - les informer du déroulement de l'émission.

### L'accueil des participants

C'est une phase à ne pas négliger. C'est en effet le moment privilégié, 15 minutes avant l'émission, pour mettre à l'aise ses invités tout en s'affirmant comme le *patron*. Comme pour tout bon maître de maison, il s'agira de :

- briser la glace pour faire connaissance,
- présenter les invités les uns aux autres,

- les installer en studio selon un plan de table préétabli,
- les faire parler mais sans déflorer le sujet,
- leur indiquer les "règles du jeu",
- leur expliquer votre statut de représentant du public,
- leur montrer qu'ils sont sous votre autorité bienveillante.

Il faudra également prévoir une solution de secours au cas où l'un de vos invités ne serait pas au rendez-vous.

### **L'animation en studio**

C'est la phase la plus délicate puisqu'il faut maîtriser à la fois le contenu, le temps d'antenne et la dynamique de groupe. Elle appelle vigilance et réactivité : c'est du travail sans filet car si vous n'êtes pas responsable du contenu des interventions, vous êtes toujours comptable de votre émission.

#### **1) Soigner le lancement :**

- présenter le sujet et le justifier,
- présenter les participants et la raison de leur présence,
- rentrer d'emblée dans le vif du sujet par une question forte ou un tour de table rapide.

#### **2) Garder le contrôle :**

- ne pas hésiter à interrompre une intervention trop longue ou qui s'égaré,
- utiliser votre droit de relance lorsque un interlocuteur élude une question,
- utiliser votre droit de réponse lorsque un interlocuteur énonce des contrevérités ou des propos condamnables,
- provoquer des interactions lorsque le débat est mou,
- imposer son autorité en cas de dérapage (chaos sonore, agressivité),
- respecter l'équité de temps de parole et de traitement,
- ne pas oublier de rappeler l'identification de la station, de l'émission et des participants.

#### **3) Conclure :**

Le mot de la fin peut se faire soit sous forme de synthèse de l'animateur, soit par un tour de table des participants soit revenir à l'un des participants. Si le temps le permet, une désannonce de l'émission et de ses invités sera la bienvenue.

## **Le reportage radiophonique**

Le premier devoir du reporter est de se faire comprendre au cours de la relation d'un événement, d'une situation. Ce qui est évident pour vous ne l'est pas forcément pour l'auditeur. Cela implique une bonne perception de son auditoire, de ses attentes...

### **Comment organiser votre reportage, par où commencer?**

#### *- Prendre contact avec l'événement.*

Faites une première vérification de l'information. Ne partez sur un simple bruit de couloir ! Vérifier les conditions d'accès et de travail (attention aux moyens de transmission s'il s'agit d'un reportage en direct ou en "faux-direct").

#### *- Définir l'angle de votre reportage.*

Le choix du bon angle détermine la réussite de votre reportage : "Quand on ne sait pas ce que l'on cherche, il est difficile de le trouver".

Le choix d'un angle vous permet de recentrer votre reportage, et d'apporter un éclairage sur l'ensemble du sujet à travers un aspect bien précis.

Dans le cas d'un reportage "illustration" d'une information déjà connue, l'angle est en général défini par votre chef de service ou par la conférence de rédaction.

#### *- Se documenter et prendre contact.*

Le travail de documentation est fondamental. Aucun journaliste ne peut prétendre maîtriser l'ensemble d'un domaine de connaissance.

L'évolution actuelle des médias vous conduira à travailler de plus en plus sur des sujets que vous ne maîtrisez pas forcément.

La prise de contact est un élément déterminant. Elle conditionne la qualité de vos rapports avec le ou les interlocuteurs choisis.

### **La préparation technique et administrative.**

Sur le plan technique, vérifier avant de partir que votre matériel d'enregistrement est en bon état de marche (micro, câble, bonnette anti-vent, piles ou batteries rechargeables...).

Sur le plan administratif, renseignez vous sur les autorisations d'enregistrement. De nombreux Etats et de nombreuses sociétés privées exigent de telles autorisations.

En cas de reportage à l'étranger, n'oubliez pas de vérifier si vos vaccins sont à jour, si votre passeport est valide, visa nécessaire ou non; informez vous sur les possibilités de retraits d'argent sur place, et petit détail qui peut vous éviter bien des tracas: faites des photocopies de tous vos documents officiels (passeport, carte de presse).

### **Travailler sur le terrain**

Le reportage est une restitution partielle de la réalité. Vous avez à votre disposition une gamme d'outils qui vous aideront à rendre compte de cette réalité.

#### *- La prise de notes.*

C'est un instrument essentiel du reportage: vous devez prendre des notes sur le contexte, l'ambiance, vos impressions... Tout cela vous permettra de mieux rédiger vos papiers. N'oubliez pas de noter consciencieusement l'identité et la fonction de vos interlocuteurs.

#### *- Les illustrations sonores.*

La radio est par définition le média du son. Le son (micro-trottoirs, sons d'ambiance et interviews) se caractérise par sa forte capacité d'évocation. Le son est perçu par l'auditeur comme autant d'images évocatrices d'une réalité. Pensez donc à multiplier les sources sonores.

Selon l'usage que vous en ferez, les sons n'auront pas la même durée. Ils sont en général plus courts dans le cadre d'un journal, et plus longs dans le cadre d'un magazine.

#### *- La transmission*

Pour un direct il sera nécessaire de prévoir avec sa direction technique et sa rédaction le mode de transmission: circuits radio, téléphone (réseau filaire, cellulaire, valise-satellite). S'assurer du bon fonctionnement de la ligne. Prévoir le mode de transmission des sons enregistrés.

### **Le retour et l'utilisation du reportage.**

Commencez par faire le point de ce que vous ramenez, choisissez un angle de traitement. Signalez vous à votre rédaction.

Lors de la mise en forme de votre reportage, (magazine, enrobé), ne perdez jamais de vue l'angle et l'objectif de départ.

Il est important à ce stade de respecter le sens du discours de vos interlocuteurs. C'est une question de déontologie. En aucun cas vous ne devez leur faire dire ce que vous souhaitez entendre dire.

Il est toujours utile, après un reportage, de prendre le temps de recontacter les "personnes ressources" qui vous ont aidé à réaliser votre travail. Ces petites attentions sont des marques de respect, et un bon moyen d'enrichir votre carnet d'adresses.

## **L'écriture radiophonique (1) : écrire avec des mots**

Lorsque l'on écrit pour la radio, la première étape consiste à se défaire des automatismes littéraires, acquis avec l'écriture et la lecture, pour retrouver le registre de l'oralité. Il faut apprendre à écrire comme on parle.

Utiliser le registre de l'oralité facilite la diction des textes lus à l'antenne. En effet notre bouche est plus habituée à dire qu'à lire. Un texte écrit pour être dit sera beaucoup plus fluide en bouche qu'un texte ayant une syntaxe littéraire.

Ecrire comme on parle, cela ne veut pas dire pour autant que vous utiliserez pour vos "papiers" la langue de la rue. Le respect de vos auditeurs et de la langue que vous défendez font que vous devrez, malgré tout, et sauf cas très particulier, mettre quelques formes.

### **Quelques règles pour écrire comme on parle**

- un vocabulaire simple et précis.
- des phrases courtes, 20 mots maximum. Plus la phrase est longue, plus vous risquer de bafouiller en la lisant.
- écrire simplement: la formule "sujet, verbe, complément" est la plus efficace. Attention aux constructions complexes, éviter les subordonnées, les superlatifs et les redondances...
- utiliser le présent, le passé simple ou le futur.
- ponctuer: la ponctuation structure le débit et permet une meilleure respiration.

## **Respecter la règle des "3 C" : Court, Concret, Concis !**

### **Comment structurer un papier**

La base de l'écriture journalistique, c'est la structure de la **"pyramide inversée"**.

Votre papier doit commencer par l'information la plus importante. Qui? Quoi? Quand?

Vous devez ensuite situer la scène ou l'événement. Où?

Remplacez l'événement ou l'information dans son contexte.

Vous pouvez - si le temps vous le permet - introduire dans votre papier quelques éléments de documentation.

Une fois que vous avez structuré votre papier, vous devez le faire "vivre", lui donner du "punch" afin d'accrocher l'attention de vos auditeurs. Vous devez donc particulièrement soigner le début de votre papier, c'est "l'accroche" ou "l'attaque" du papier, sans pour autant négliger le "corps" de votre papier. L'information doit être transmise dans un ordre logique.

**Il vaut mieux rédiger autant de papiers différents pour traiter une information sous ses différents angles plutôt que de vouloir tout dire en 1' 15"**

## **L'écriture radiophonique (2) : écrire avec des sons**

Quelle que soit la théorie ou l'idée que l'on se fait de ce que doit être une émission, c'est la façon dont elle s'écoute qui compte.

### **L'image sonore**

Penser la radio en terme de sensations, d'images, de paysages sonores est un des secrets du reportage et de la création radiophonique. Un cri de mouette, et vous voyez la mer... Le bruit d'une cour de récréation, et vous voici plongés dans vos souvenirs d'écoliers. La radio a le pouvoir de faire voyager l'auditeur à travers le temps et l'espace. Qu'il s'agisse de fiction ou d'information, l'homme ou la femme de radio peuvent faire se côtoyer dans une même émission des faits survenus en des lieux et des époques fort éloignés. La seule limite que vous deviez vous imposer est celle de la compréhension de l'auditeur. L'auditeur n'a que ses oreilles pour reconstituer l'histoire. Il doit pouvoir vous suivre à chaque instant.

### **Rythmer une émission**

Le rythme c'est l'organisation, dans un espace de temps limité des moments forts et des moments faibles, du lourd et du léger, du rapide et du lent, du court et du long, du verbal et du non verbal, du bruit et du silence. Le rythme c'est l'art des ruptures et des transitions. C'est lui qui permet de rompre la monotonie, de mobiliser l'attention, il contribue à installer les ambiances. Il s'agit d'un travail sur la longueur des séquences les unes par rapport aux autres. Une succession de séquences de durées égales va créer une impression de monotonie, quel que soit l'intérêt du contenu.

### **Tonalité et atmosphère**

La tonalité d'une émission dépend du travail effectué sur le rythme. Le ton d'une émission peut être grave, léger, nostalgique ou angoissant.

Comme toute forme de discours, le discours radiophonique a sa syntaxe.

Les différents éléments d'une émission doivent être reliés entre eux comme le sont les éléments d'une phrase.

Passer d'une idée à l'autre, d'un lieu ou d'un interlocuteur à un autre, suppose que l'on utilise des formes de liaisons plus ou moins explicites

### **Les voix**

Un débit rapide, un timbre haut perché, une voix de gorge "blanche" créeront un climat d'urgence, de stress ou de confusion. Une voix dans les basses, un débit plus lent, plus posé, apaiseront, donneront de la profondeur.

### **Les éléments musicaux**

Ils sont un des matériaux de base de la radio. "La couleur" musicale d'une émission dépendra du choix des morceaux, de leur sonorité et de leur capacité d'évocation.

### **Les ambiances**

Tout comme la musique, elles seront choisies pour leur capacité d'évocation. Cette évocation pourra être directe ou métaphorique. On pourra, par exemple, glisser sous l'évocation d'une foule prenant le métro l'enregistrement d'un troupeau de moutons. Dans ce cas il faudra que la métaphore soit suffisamment évidente pour ne pas perturber la compréhension.

### **Le silence**

Le silence est porteur de sens. Un silence de quelques secondes après une séquence est un des moyens les plus puissants qui soient pour accentuer la force, prolonger l'émotion, l'effet dramatique d'une interview. La radio n'est-elle pas avant tout l'art de maîtriser les silences ?

## Les formats de l'écriture radio

### A- Les formats qui se définissent par leur forme.

#### Le papier

C'est l'exercice de base. Il ne doit pas excéder 1'30". Le papier relate un événement, décrit une situation. Sa construction obéit à des règles précises (cf brochure écriture radio).

#### L'enrobé

C'est un papier illustré par un extrait d'interview, ou par un son d'ambiance.

#### Les titres de l'actualité

C'est la "vitrine" du journal radio. C'est le résumé des principales nouvelles qui seront développées dans le journal. Les titres doivent être percutants, sans être racoleurs.

#### Le lancement

C'est le texte qui vous permet de présenter le sujet qui sera développé sous forme de papier ou d'interview. (Attention à ce qu'il ne soit pas redondant).

#### Le pied

Il complète toujours un papier ou une interview. Il s'agit en général d'informations complémentaires, liées au sujet qui vient d'être développé.

#### Les brèves

C'est une succession d'informations, des résumés de 15" à 20". Cet exercice mérite une grande attention : faire court n'est pas forcément simple.

### B Les formats qui se définissent par leur contenu

#### Le compte rendu

C'est une "photo radiophonique". Ce sont les faits bruts tels qu'ils sont vécus par un reporter. Des faits, rien que des faits!

#### L'encadré

C'est un coup de projecteur sur un aspect particulier de l'événement. (Ex : encadré sur les principales catastrophes aériennes).

#### Le portrait

C'est la photographie d'un personnage. Il peut être rédigé à grands traits ou par petites touches. Attention à ne pas tomber dans le piège du panégyrique et de l'hagiographie.

#### La chronique

C'est un commentaire personnalisé et stylisé. Il porte sur un champ particulier de l'actualité. (chronique économique ou scientifique). La chronique doit être régulière, quotidienne ou hebdomadaire.

#### La revue de presse

La revue de presse doit être le reflet des préoccupations des confrères de la presse écrite. C'est un genre particulier et difficile. La revue de presse exige rapidité dans la lecture, l'écriture et un suivi attentif de l'actualité dans toutes ses formes. C'est l'un des rares formats de la radio qui peut dépasser les 5 minutes.

#### L'éditorial

Contrairement à la chronique qui n'engage que son auteur, l'éditorial est un commentaire qui reflète la position de votre radio sur un sujet d'actualité.

## Les sources de l'information

### De multiples sources

*Postulat* : "On est JOURNALISTE 24 HEURES SUR 24" et la première source d'informations, c'est le journaliste lui-même, sa curiosité naturelle, son indispensable carnet d'adresses, ses contacts, et ses propres confrères, consœurs, de la rédaction.

Une rédaction s'appuie sur ses **CORRESPONDANTS**.

Il y a les canaux naturels d'information que sont les **AGENCES de presse** nationales et internationales (A.F.P., REUTERS, UPI, A.P.).



**La Presse** écrite nationale et étrangère est également une source naturelle d'information (tous les titres, de toutes les couleurs politiques).

Et puis il y a les concurrents et néanmoins confrères des chaînes de **Radio** et de **Télé** nationales ou étrangères, qui avec leur subjectivité propre peuvent contribuer à élargir un champ personnel d'investigation et de réflexion, jamais négligeable.

De plus en plus, **Internet** constitue une source d'information importante, mais dont l'utilisation nécessite quelques précautions.

Il faut en permanence avoir à l'esprit qu'**Internet** peut être un vecteur de désinformation et de propagande.

Le journaliste internaute doit savoir naviguer, rechercher l'information, "séparer le bon grain de l'ivraie".

Dans les radios à faible moyen, dépourvues d'un service d'agence de presse et d'une documentation, le réseau Internet est une alternative qui permet au journaliste d'avoir accès aux dépêches d'agences, à tous les journaux de la planète et à des dossiers d'information.

Par le biais d'Internet, les grandes agences de presse proposent des services payants à la carte (des sélections de dépêches selon des thèmes et des zones géographiques bien déterminées), permettant ainsi aux radios d'alléger leurs coûts de fonctionnement.

Elles proposent également un résumé des principales nouvelles du jour.

Une mention particulière pour les canaux de communication institutionnels. Ce sont en général les **attaché(e)s de presse des entreprises et institutions diverses**, les organismes de recherche nationaux et étrangers, les universités, les ministères, les centres culturels, tout comme les ambassades et les missions de coopération, les organismes internationaux (ONU, UNESCO, PNUD, OMS, FED, UNICEF, Commission Européenne, etc.) qui délivrent **des informations forcément orientées**. Une rédaction peut également s'appuyer sur ses **auditeurs**. Mais dans ce cas le plus grande prudence s'impose : les témoignages d'auditeurs peuvent être sujet à caution. Ils doivent être systématiquement vérifiés par un journaliste professionnel.

Enfin une station reçoit des **Invités** à l'antenne.

Ils sont souvent source d'informations pour peu qu'ils aient été choisis avec discernement.

*Quelle que soit la source, il convient de pratiquer "le doute œcuménique" qui amène à vérifier systématiquement l'information reçue avant de la traiter.*

## Prise de son en reportage

### Techniques de prise de son en reportage.

#### 1- Les outils

##### A Les magnétophones

Il existe cinq types de magnétophones qui se différencient par le support qu'ils utilisent: (bandes magnétiques, cassettes audio classiques, cassettes numériques, enregistreurs statiques à mémoire intégrée et les mini-disc).

Exemples :

- **Les magnétophones analogiques à bande.** (Nagra typeE )
- **Les magnétophones analogiques à cassette.** (Sony TCD5 PRO ou Marantz CP 4030).
- **Les magnétophones numériques à cassette.** (Aiwa HDF 1000)
- **Les enregistreurs statiques à mémoire intégrée.** (Nagra ARES-C et ARES-P, DENON DN-F20R, MARANTZ PMD 670).
- **Les mini-discs** (Sony, Marantz, Denon).

##### B Les micros

Il existe deux grandes familles de micros :

- **Les micros statiques.** (Ils ont besoin d'une alimentation autonome).
- **Les micros dynamiques.** (Les plus couramment utilisés). Au sein de cette famille, il existe plusieurs types de micros qui se différencient par leur angle de prise de son.
- **Omnidirectionnels.** (capte le son tout autour du micro, les ambiances).
- **Unidirectionnels.** (utilisés pour les interviews).
- **Canons.** (prise de son à distance).

##### C Le casque

Il est indispensable dans la panoplie du bon reporter. Il permet de s'assurer de la qualité d'un enregistrement.

Selon les cas, il est parfois nécessaire de se munir de certains accessoires, (bonnette anti vent, perchette, pieds...)

## **2° Le reportage**

Un reportage commence toujours par une vérification méticuleuse de son matériel (état des piles, des supports et câbles).

### **A La prise de son**

Trois paramètres sont essentiels :

- **La tenue du micro.**
- **Le réglage de la modulation.**
- **La connaissance de l'espace sonore.**

### **B la transmission du reportage**

Un reportage destiné à être diffusé est transmis à la rédaction, soit par des réseaux téléphoniques ou des circuits spécialisés.

- Les réseaux téléphoniques classiques.
- Les réseaux téléphoniques cellulaires.
- Les circuits "radio" classiques.
- Les réseaux numériques (type RNIS en France et ISDN en pays anglophones).
- Le réseau internet.
- Les "valises" de transmission par satellite.