

# Des émissions de radio



[Les métiers de la radio](#)

# Le journal radiophonique



[Journal RFI](#)

## La hiérarchie de l'information

Il s'agit de placer les différentes informations dans un ordre précis, par ordre d'importance des sujets. C'est un travail d'organisation et de logique qui permet aux auditeurs de bien comprendre et de bien suivre le déroulement du journal.

### 3 critères :

#### ***La fraîcheur de l'information :***

- un journal traite de l'actualité du jour, des événements qui se passent le jour même.
- la fraîcheur de l'information est un critère objectif indiscutable.

***L'intérêt de vos auditeurs pour l'information :*** Vous devez connaître vos auditeurs et leurs centres d'intérêts, votre public cible, à qui vous vous adressez.

Exemples : un sujet de vie quotidienne dans l'école, un événement qui concerne les familles, ...

***L'importance de l'information :*** Plus l'information est importante, plus elle remonte dans la hiérarchie du journal.

## L'ouverture du journal

Une fois **le sujet d'ouverture** déterminé, vous devez décliner le reste du journal par chapitres.

Imaginons que votre ouverture soit un sujet politique, vous devez placer ensuite le reste de l'actualité politique.

Si ensuite vous pensez que le sujet qui s'impose est économique, placez l'ensemble des sujets économiques, et ainsi de suite, jusqu'à ce que tous vos sujets aient trouvé leur place dans la hiérarchie de votre journal.

Un petit moyen mnémotechnique utile, pensez à : PUNI

**P**roche

**U**tile

**N**ouveau

**I**ntéressant

## Les titres du journal

### A quoi servent les titres ?

Si votre journal est une boutique dont vous êtes le vendeur, les titres en sont la vitrine. C'est ce que l'auditeur entend en premier et qui va le convaincre de rester à l'écoute. Ils donnent **l'information principale** et **accrochent l'attention** de l'auditeur.

### Quels sujets choisir pour faire les titres ?

Les trois ou quatre sujets les plus importants du journal. « L'ouverture », le premier sujet, ensuite les deux ou trois thèmes importants du jour. Il est également intéressant de mettre en avant un sujet original qui n'est pas d'une actualité brûlante. Parfois, on peut titrer sur le sujet de fin de journal, parce qu'il est léger.

### Comment rédiger les titres du journal ?

Pour une question de rythme, les titres se rédigent en une ou deux phrases. La première phrase accroche l'auditeur en donnant l'information. La seconde vend l'angle choisi pour traiter l'info.

### Combien de titres rédiger ?

Il faut un minimum de 3 titres, sinon le journal va paraître pauvre aux auditeurs. Le maximum sera de 5 titres, parce qu'il faut choisir les informations principales. Surtout ne pas faire une liste de tous les sujets développés.

### Durée des titres du journal ?

La durée des titres varie selon la longueur du journal. Pour un journal d'un format classique d'une dizaine à une quinzaine de minutes, les titres doivent faire une quarantaine de secondes.

### Comment valoriser les titres auprès des auditeurs ?

Il faut bien les choisir et bien les rédiger. L'habillage joue un grand rôle. Ainsi il faut placer un jingle avant les titres et une virgule à la fin. Les titres peuvent être soulignés par un tapis musical qui va donner du rythme et de l'intensité. Mais la voix du présentateur doit absolument rester audible et compréhensible.

## L'habillage du journal

L'habillage du journal est constitué **de brefs éléments sonores**.

Cet habillage a deux fonctions :

- Attirer et retenir l'attention des auditeurs.
- Faciliter la compréhension des informations.

### Les éléments de l'habillage :

L'habillage de base d'un journal est composé de :

- Jingles (extraits musicaux et vocaux qui identifient une émission).
- Virgules (ponctuations sonores très brèves).
- Tapis (boucle musicale rythmée) .

### Comment utiliser l'habillage ?

L'habillage est placé dans le journal à des moments précis.

- **Au début du journal** : la règle veut qu'on place **un jingle** juste avant le journal. Ce jingle attire l'attention de l'auditeur et l'informe que c'est l'heure des news. Exemple : une voix qui dit sur un fond musical percutant « Le journal, Paul M... ».
- **Pendant les titres** : on diffuse un **tapis musical** sous la voix du présentateur. Ce tapis crée une tension et attire l'attention des auditeurs. Il faut veiller toutefois à ce que la voix reste parfaitement audible et compréhensible.
- **A la fin des titres** : on place une **virgule** qui crée une rupture et permet au présentateur d'attaquer sur sa première information.
- **Pendant le journal** : on prévoit **des virgules** lorsqu'on a fini de présenter une catégorie d'informations.
- **A la fin du journal** : une **virgule** montre que la session d'information est terminée. Cela crée un effet de rupture et permet de passer à la suite du programme.

## La brève

Une brève est une information qui n'est pas développée sous la forme d'un sujet, comme un papier ou un son. Elle peut être utilisée dans un flash ou dans un journal complet.

### **Durée d'une brève**

Trois ou quatre phrases permettent en général d'écrire une brève. En temps, cela représente entre une dizaine et une vingtaine de secondes. Si une brève est trop longue, cela signifie que vous n'avez pas été à l'essentiel et que votre information est diluée.

### **Structure d'une brève**

Une brève est structurée en deux parties :

- 1ère partie : La phrase d'accroche qui contient l'information d'actualité. « quelle est la nouvelle information ? » La réponse à cette question doit tenir en une phrase. Il faut rédiger cette phrase de façon accrocheuse, pour fixer l'attention de l'auditeur.
- 2ème partie : Les informations complémentaires. Il s'agit au minimum d'une phrase, mais le plus souvent de deux ou trois phrases qui apportent les quelques éléments indispensables à la compréhension de l'information.

les 5 W qui sont Who When Where What Why, soit en français Qui Quand Où Quoi et Pourquoi ? Pensez à vérifier que votre brève réponde bien à ces cinq questions.

## Le flash radio

### **Durée du flash :**

Première particularité : un flash est un rendez-vous d'actualité très court. C'est d'ailleurs cette brièveté qui vaut son nom au flash. Un flash dure de une à trois minutes.

### **Fréquence :**

La plupart des radios ont des flashes toutes les heures. Toutes les demi-heures pour les radios d'information continue, avec même des titres tous les quarts d'heure.

### **Forme rédactionnelle :**

Un flash est constitué uniquement de brèves. La seule marge de manœuvre du présentateur pour travailler le rythme de son flash, c'est de varier la longueur de ses brèves. Certaines informations sont dites en cinq secondes, d'autres peuvent exceptionnellement dépasser vingt secondes. Un flash permet de donner au maximum de 6 à 10 informations.

### **Contenu éditorial :**

Parce qu'un flash est court, il survole l'actualité. Seules les informations les plus importantes ont leur place dans un flash. Il faut aller à l'essentiel. Il est impossible de développer un sujet, une analyse ou d'y faire un commentaire. Les faits d'abord.



# L'interview



<https://www.franceinter.fr/emissions/l-interview>

## **Avant l'interview**

**Première démarche** : se documenter, connaître son sujet, le profil de la personne en face.

**Préparez vos questions** : aidez-vous de notes pour les poser dans un ordre logique.

### **Présentez-vous :**

- que ce soit au téléphone pour prendre rendez-vous ou quand vous arrivez pour l'entretien.
- Dites qui vous êtes, pour qui vous travaillez, ce que vous allez faire de l'entretien (diffuser des extraits, une grande partie, l'intégrale...).

**Mettez à l'aise votre invité** en lui disant l'angle que vous avez choisi, les thèmes que vous allez aborder.

## Pendant l'interview

***Posez des questions ouvertes*** : commencez vos questions par « pourquoi » ou par « pensez- vous que »... plutôt que par « est-ce que... ? »  
Pour éviter que votre interlocuteur réponde par oui ou par non.

***Posez une seule question à la fois*** : si vous en posez plusieurs, votre interlocuteur répondra à la dernière, et il aura oublié les autres... et vous aussi.

***Posez des questions, n'affirmez pas votre position*** : vous n'êtes pas là pour prendre parti, faire un discours, un commentaire.

Votre but, c'est d'avoir de bonnes réponses. Et pour cela, vous avez ***réfléchi à des questions les plus pertinentes*** possibles.

***Ecoutez les réponses*** : il y a toujours des éclairages, des explications à demander.

***Sachez couper et interrompre poliment*** : c'est souvent le propre des hommes politiques de faire de grandes digressions pour ne pas répondre.

***Ramenez-les dans le chemin que vous vous êtes fixé*** : l'objet de votre entretien.

***Sachez aider votre interlocuteur*** : il y a des gens peu bavards ou intimidés par le micro ; mettez-les à l'aise, reformulez vos questions.

Si votre interlocuteur ne répond pas à la question ou s'il vous répond par une question, c'est que la question est gênante ou délicate. N'hésitez pas à reposer calmement votre question. C'est vous le maître de l'interview.

***Montrez que vous êtes intéressé*** : regardez votre invité dans les yeux, hochez la tête, approuvez...

***Refusez les réponses lues*** : parfois des gens arrivent avec des réponses écrites, dites- leur que c'est très mauvais, ils n'ont pas l'air naturels à l'antenne, ils vont se perdre dans leur texte alors qu'ils ont tout dans la tête et qu'ils seront bien meilleurs à l'oral.

***Pensez au montage pendant l'interview*** : une bonne interview est une interview dont on peut extraire de bons sons.

***Avant de prendre congé, vérifiez votre enregistrement*** : réécoutez la fin de l'interview pour voir si vous avez une qualité de son diffusable.

[Interview Martin Cotta](#)

Les interviews se rangent en cinq catégories :

- **Interview « explication »** : Obtenir de l'interlocuteur des informations concernant un sujet dont il est spécialiste ou pour lequel il est bien placé.
- **Interview « portrait »** : Faire connaître la personnalité de l'interlocuteur.
- **Interview « témoignage »** : Faire parler le témoin d'un événement.
- **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.
- **Interview « micro trottoir »**. Sonder un échantillon de la population pour avoir un reflet de "l'opinion publique" à propos d'un événement.

# Le reportage



[Reportage Pierre Dac Novembre 1944](#)

## Avant de partir :

- Maîtrisez le sujet :
  - Lisez les dépêches, communiqués, dossiers de presse, articles déjà écrits sur le sujet.
  - Assurez-vous que vous comprenez bien.
  - Vérifiez les noms, les faits, les dates, les chiffres pour être pris au sérieux par vos futurs interlocuteurs.
  
- Déterminez l'angle :
  - Quel(s) aspect(s) du sujet mettre en valeur ?
  - De quelle façon éclairer le sujet pour le rendre compréhensible ?
  - Qu'est-ce qui intéresse vos auditeurs ?
  
- Faites une liste de questions
- Ne rédigez pas mot pour mot votre interview,
- Préparez un canevas, quelques notes qui reprennent les angles que vous voulez exploiter, les informations que vous souhaitez obtenir.
- Vérifiez votre matériel : Batterie, micro (faites un test), bonnette anti-vent, vider la SD Card, perche éventuellement pour prendre du son de loin, casque...

## Sur le terrain :

- Choisissez les bons interlocuteurs : Qui allez-vous solliciter ? Il existe deux catégories d'interlocuteurs pour tous les sujets :
  - Les acteurs : ceux qui sont concernés directement par l'événement, ils vont raconter, décrire, témoigner.
  - Les experts : leur connaissance du sujet les rend crédibles, ils peuvent expliquer, analyser, commenter.
- préparez vos interlocuteurs à l'interview :
  - Assurez-vous que vous allez bien trouver vos interlocuteurs. Sauf circonstances particulières, prenez rendez-vous.
  - Précisez bien que vous souhaitez une interview. Expliquez comment elle va être utilisée (extrait, interview montée...).

## En cours de reportage

- Vérifiez après chaque interview la qualité de votre enregistrement.
- Réécoutez les dernières phrases. Si ce n'est pas bon (exemple : coup de vent, bruit de moteur trop fort à côté...) recommencez.
- Votre interlocuteur est à côté de vous. Il comprendra si vous lui expliquez simplement.
- Ne laissez pas votre interlocuteur prendre le micro C'est vous qui conduisez l'interview. Vous avez à surveiller la qualité du son.



## Les différentes formes de reportages

[Reportage « papier »](#) : la fuite en avant de Sala

### Le papier

Deux facteurs amènent à traiter un sujet sous la forme d'un papier :

- La nécessité. Vos interlocuteurs refusent d'être enregistrés, mais acceptent de vous donner des informations. Ou alors il n'y a pas d'interlocuteur possible, vous n'avez pas de source orale.
- Le choix rédactionnel. Parfois il est plus opportun de faire un papier qu'un son. Par exemple, vous devez analyser ou expliquer un sujet complexe.

### L'enrobé

[Reportage « enrobé » : Rome](#)

Le papier-plus-son, comme son nom l'indique, est un texte enregistré avec un ou plusieurs sons. Le texte enrobe le son, d'où le nom d'enrobé.

Il y a plusieurs formes d'enrobés : du simple avec un son, aux plus complexes avec plusieurs sons, des ambiances. C'est le reportage vivant.

L'enrobé comme le son se lance avec un lancement qui donne à la fin le nom du journaliste et l'angle de son reportage.

# Le débat



[RFI : Exemple débat](#)

Un débat radio peut être contradictoire ou apporter des éclairages et points de vue complémentaires sur une thématique spécifique.

**Choisir des thèmes d'intérêt général** parmi ceux qui correspondent aussi à l'attente des citoyens. Pour s'en approcher, les différents vecteurs d'interactivité peuvent être utilisés en amont (appels téléphoniques, réseaux sociaux, initiatives citoyennes, forums d'auditeurs, etc.) ainsi que les conseils des spécialistes et des organisations de la société civile.

Sélectionner au mieux les invités en fonction de leur savoir, de leur expérience et de l'équilibre des genres (un panel de trois ou quatre personnes est pertinent). Dans le cadre d'un débat contradictoire, on s'assurera bien sûr de la divergence d'opinion.

**Discuter au préalable avec chaque invité est indispensable** (par téléphone ou juste avant l'émission) afin de recueillir ou de vérifier des informations qui seront utiles au cours du débat mais aussi pour le structurer correctement.

**Réaliser une bande-annonce** (message d'autopromotion) et soigner l'habillage sonore (virgules, jingles, indicatif, etc.

## Le dilemme moral

*La femme de Heinz est très malade. Elle peut mourir d'un instant à l'autre si elle ne prend pas un médicament X. Celui-ci est hors de prix et Heinz ne peut le payer. Il se rend néanmoins chez le pharmacien et lui demande le médicament, ne fût-ce qu'à crédit. Le pharmacien refuse.*

*Que devrait faire Heinz ? Laisser mourir sa femme ou voler le médicament ?*

Le dilemme moral requiert des élèves de produire les raisons et les motivations de leur choix sans préjuger du bon choix.

Respecter trois critères formels :

- un court scénario avec un personnage principal ;
- une question exprimée ou sous-entendue, en terme de devoir, de préférence au mode conditionnel ou à défaut au mode indicatif, et faisant appel au jugement ;
- un choix et une justification demandés à l'élève.

Individuellement et par écrit, les élèves répondent aux dilemmes choisis.

- Que devrait faire X et pour quelles raisons ?
- Quelle valeur a guidé votre choix ?
- Pourquoi cette valeur est-elle si importante pour vous ?
- L'est-elle aussi dans d'autres domaines ?

Ensuite, ils sont invités à discuter leur choix.

(Soit directement en classe, soit par groupe avec un rapporteur) :

- Est-il ou non possible de prendre une décision qui convienne à tous ?
- A quelles difficultés vous êtes-vous heurtés ?
- Est-il facile de se mettre d'accord sur le « meilleur choix » à faire ? Pq ?

On s'aperçoit de suite que la morale, ou plutôt la hiérarchie dans laquelle on classe nos valeurs, ne donne pas la solution à ce dilemme, puisque pour un même "niveau de morale", les deux options demeurent valides. Toute la différence se trouve dans la justification et non dans l'option choisie.

## La méthode de clarification des valeurs

Texte de réflexion : Le loup et le chien  
La phase de discussion avec la classe met  
en évidence deux valeurs :

la liberté

le bien-être personnel.

- Partir d'une situation-problème initiale réelle ou fictive.
- Repérer les valeurs en jeu et expérimenter des choix possibles : Des questions en nombre restreint sont posées aux élèves à l'écrit de manière individuelle. Pour distinguer la clarification des valeurs d'un simple exercice de jugement moral, des questions dépassent le cas particulier évoqué et portent sur le comportement personnel à valoriser à terme.
- Une discussion sur les choix effectués peut ensuite s'engager.
- La conclusion des échanges définit la valeur en jeu, clarifie et ordonne ce qui a été dit, dans le cadre d'une phase d'institutionnalisation construite avec les élèves.

## La discussion à visée philosophique

- qu'est-ce que grandir ? Avantages et inconvénients ?
- Qu'est-ce qu'un ami ? Une amitié, ça dure toujours ?
- Pourquoi on dit souvent ; « c'est pas juste ! » ?
- Quel est le sens de l'école ?
- Pourquoi les hommes se battent souvent entre eux ?
- Faut-il toujours dire la vérité ?
- Qu'est-ce qu'être libre ?
- Pourquoi certains croient en Dieu et d'autres pas ?
- Est-ce que je ferais le bien si j'avais le pouvoir de devenir invisible ?

Explorer des idées : permettre aux élèves

- d'identifier la source de leurs représentations d'où je sais ce que je sais ?),
- d'en interroger leur valeur (est-ce vrai seulement parce que c'est mon père qui le dit ?)
- de les confronter à celles des autres.

Confronter ses idées :

- trier, classer, à repérer les différents éléments qui fondent leurs discours.
- Ce travail de la langue comme lieu d'émergence de la pensée s'effectue soit à partir des mots soit à partir de distinctions sur le sens des mots qui mettent en œuvre l'opposition ressemblance/différence.

Structurer ses idées : par une recherche commune de sens.

- C'est structurer la pensée pour passer du particulier au général.
- Analyser nos pensées en repérant quelques invariants communs.



