***Le style parlé***

http://bourgoing.com/formation/radio/25styleparle1.htm

Le reportage radio n'est pas fait pour être "lu" mais pour être "entendu". Le journaliste radio n'est donc pas censé "écrire" son reportage mais le "dire". Comme il doit préparer l'information qu'il veut communiquer et qu'il dispose d'un temps limité pour raconter, en ondes, son  histoire, il doit mettre ses paroles par écrit. Et c'est là que les difficultés commencent.

Il n'est pas facile, pour les lettrés que nous sommes, de nous retenir de faire de la littérature lorsque nous avons un crayon entre les mains. Nous sommes conscients d'être entendus par un grand nombre de gens. Le réflexe naturel est de surveiller son langage et de vouloir faire bonne impression. On le fait, comme dans la presse écrite, avec de longues phrases bien construites et un vocabulaire savant. Au niveau de la technique d'écriture en radio, c'est une erreur largement répandue dont l'effet est tout-à-fait contre-productif : l'auditeur n'a pas l'impression qu'on lui parle mais qu'on lui lit un texte et il décroche facilement.

Il n'y a rien de plus simple que d'écrire des phrases compliquées avec un vocabulaire savant. Tous les journalistes en sont capables. La véritable marque d'un reporter radio se trouve plus dans le contenu de ses reportages, dans la manière dont il utilise les sons pour créer des ambiances et dans la façon dont il joue avec sa voix que dans la structure de ses phrases et le vocabulaire employé. En d'autres termes, les journalistes dont la présence est la plus forte en ondes sont ceux dont le style radiophonique correspond assez bien à leur style naturel...

**La simplicité**

En radio, il est absolument essentiel de dire les choses simplement, dans NOS mots. La simplicité est capitale parce que si l'auditeur n'a pas compris une phrase ou un mot, il ne peut pas, comme dans l'écrit, revenir en arrière pour le lire à nouveau. Il n'est pas aidé, non plus, par l'image de la télévision qui, bien souvent, lui fait comprendre le contexte même s'il ne saisit pas exactement le commentaire du journaliste. Il faut donc que l'auditeur comprenne du premier coup, d'autant plus que les "consommateurs" de radio font souvent autre chose en même temps, dans des environnements bruillants (conduire la voiture, prendre les transports en commun, etc.).

Prenez donc pour acquis que le destinataire de vos reportages n'est pas un intellectuel rivé devant son poste dans une salle totalement silencieuse mais un paysan analphabète distrait au milieu d'un marché très animé !

Et si votre image de marque vous préoccupe, soyez rassuré : en disant les choses simplement (et non pas de manière simpliste),  les gens ne croiront pas que vous n'êtes pas intelligent. Bien au contraire. Ils se sentiront eux-mêmes intelligents d'avoir tout compris et vous en seront reconnaissants.

En résumé, soyez vous-même et racontez, DANS VOS MOTS.

**On écrit dans un journal. On parle à la radio.** Les débutants en radio et beaucoup de professionnels se sentent obligés de faire du style, comme en écrit. En radio, il faut donc écrire comme on parle, avec des mots simples, des phrases courtes et des expressions imagées. Il faut raconter l'histoire pour que l'auditeur "voit" ce dont on parle, qu'il s'en fasse une image mentale.

**Un vocabulaire simple.**  Utilisez votre propre vocabulaire, celui que vous employez lorsque vous parlez, ce qui ne veut pas dire, évidemment, de sombrer dans la familiarité ou d'utiliser la langue de la rue. Pour vérifier que ce texte correspond vraiment à la façon dont vous vous exprimez naturellement, lisez-le à voix haute au fur et à mesure que vous l'écrivez ou, inversement, dites-le à voix haute avant de l'écrire.

**Les expressions toutes faites et le jargon technique**

Evitez les formules creuses, du genre "C'est une histoire à suivre...", "Seul l'avenir le dira...", etc. Méfiez-vous du jargon technique mal compris par la pluparft des gens : "la biodiversité, la révolution doublement verte, une initiative d'appui aux efforts de développement, les préoccupations des masses paysannes, etc.". Si vous devez absolument employer ces expressions, expliquez ce qu'elles veulent dire. Autre exemple de style inadapté pour la radio : "Le marché est occupé par des allogènes et nos femmes ne sont pas économiquement épanouies".

**Des phrases courtes**

Pour respecter votre débit naturel, vous devez faire des phrases courtes. La raison est simple : essayez de lire d'un même souffle une phrase qui fait plus de trois lignes. Naturellement, quand nous parlons, nous faisons des phrases courtes pour pouvoir... respirer. Et quand l'auditeur écoute quelqu'un qui lui parle, il s'attend aussi à ce qu'il respire. Sinon, il s'épuise lui aussi.

**Les chiffres**

De façon générale, il faut simplifier au maximum les chiffres. Ce n'est pas l'abondance de chiffres et de statistiques qui font la valeur d'un reportage radio. Si la précision du chiffre n'est pas capitale pour la compréhension de l'histoire que vous racontez (comme dans un reportage sur les dernières statistiques du chômage ou de l'inflation), il vaut mieux arrondir et donner des ordres de grandeur. Parce que l'auditeur, au contraire du lecteur, n'a pas la chance de revenir sur une phrase ou un chiffre qu'il n'a pas bien compris.

Le cerveau de l'auditeur moyen n'arrive pas à assimiler, digérer et comprendre des phrases de ce genre (c'est un exemple fictif) : "En 1996, on estime à 3 millions 545 000 le nombre de personnes mortes des suites de la malaria contre 1 million 697 000 en 1966, soit une augmentation de 51,4 %".

On peut dire la même chose beaucoup plus simplement, sans bombarder l'auditeur de chiffres inutiles à la compréhension du message : "En trente ans, le nombre de personnes mortes de la malaria a plus que doublé. En 1996, elles étaient trois millions et demi".

**Les inversions**

Les phrases inversées sont une habitude de l'écrit qui alourdit beaucoup le reportage radio. Lorsqu'une phrase est inversée, il faut attendre d'arriver à la fin de celle-ci pour en comprendre le début. En radio, c'est inutilement compliqué et cela dessert le message. Dans une conversation, on ne dirait jamais "D'un naturel plutôt réservé, Mohammed préfère se taire".  On ne parle pas comme ça. On dirait plutôt : "Mohammed est d'un naturel plutôt réservé. Il préfère se taire".

Un autre type d'inversion est assez courant dans les journaux parlés. Le journaliste commence son texte comme s'il faisait lui-même une affirmation alors qu'en fait, il cite quelqu'un. Exemple : "Je ne suis pas responsable du malheur des paysans. Je n'ai pas le pouvoir de faire la pluie et le beau temps. C'est en ces termes que le ministre de l'agriculture a rejeté les accusations portées contre lui par...". L'effet recherché est d'attirer l'attention de l'auditeur. Celui-ci est intrigué parce que, tout-à-coup, il ne sait plus qui parle (le journaliste ou quelqu'un d'autre ?). Cette  technique un peu douteuse demande un effort de concentration particulier. Elle exige de mémoriser ce qui est dit avant d'apprendre qui l'a dit. Sur papier, il est facile de revenir en arrière pour relire les commentaires en question. En radio, pour peu que la citation dure plus de quelques secondes, il est facile d'oublier ce qui a été dit. En d'autres termes, lorsqu'on découvre qui a fait la déclaration, on ne sait plus exactement quelle est cette déclaration

**Les références au temps**

* L'indicatif présent : de manière générale, lorsque c'est possible sans dénaturer l'information, racontez vos histoires au présent. Cela donne une tournure plus directe et plus active au récit.
* Les références au temps : dans la mesure du possible, il vaut toujours mieux construire son histoire pour lui permettre d'avoir une bonne durée de vie. C'est pourquoi les références au temps (aujourd'hui, demain, hier, dans 3 jours, ce matin, etc.) devraient, le plus possible, être données dans le lancement. Si vous devez inclure ces références dans le corps de votre reportage, utilisez préférablement la date ou le nom du jour de la semaine. De cette manière, si votre reportage est diffusé sur plus d'une journée, son contenu sera toujours valable et vous n'aurez pas à modifier ses références temporelles ("avant-hier" plutôt qu'"hier", "aujourd'hui" plutôt que "demain", etc.).
* **La présentation des extraits d'interview**
* Voici un exemple de formule très courante dans les bulletins d'information : "Bla-bla-bla. Les explications de M. Sangaré.". Elle a l'avantage d'être courte, mais dans la vie de tous les jours, on n'entend jamais quelqu'un s'exprimer comme ça.
* Autre exemple : "Mohammed Sangaré est déçu. Ecoutons-le." Dire à l'auditeur d'écouter est superflu. Par définition, c'est ce qu'il fait ! On ne dit pas à un lecteur "lisons ceci" ou à un téléspectateur "regardons le reportage". Si le temps le permet et que rien n'oblige le journaliste à employer un style télégraphique, il vaut mieux tirer profit de la nécessité de présenter la personne qui va parler pour ajouter une information qui n'est pas inclue dans l'extrait choisi. Si l'extrait commence par "Je suis déçu...", le journaliste n'a aucun intérêt, non plus, à le présenter en disant "Mohamed Sangaré est déçu". Il préférera une formule du genre : "Pour M.S. c'est un revers important...".

|  |
| --- |
| **Comment s'assurer que le texte est bien écrit dans un style parlé ?**N'hésitez pas, pendant que vous l'écrivez, à lire votre texte à voix haute. Inutile de le crier sur tous les toîts : il est suffisant de le chuchoter dans sa barbe, de remuer  les lèvres pour avoir la sensation de le dire. Vous sentirez tout de suite si vous avez l'impression de lire ou de parler, si les mots coulent naturellement dans votre bouche ou si vous avez l'impression de réciter le texte d'un autre. |
| **La radio visuelle** |  |
|   |
| Quand un journaliste écrit pour la télé, il n'a pas à décrire dans son commentaire les images du reportage. Les gens les voient. Et, comme on dit, "une image vaut mille mots".En radio, il faut essayer de faire la même chose mais en utilisant les sons. Il faut que l'auditeur VOIT ce dont vous parlez et se sente transporté sur le lieu de votre reportage, qu'il arrive à s'en fabriquer une image mentale. **i) Les descriptions**Si vous préparez un reportage qui sera diffusé dans un autre pays ou dans une autre région, prenez toujours pour acquis que les gens qui l'écouteront ne connaissent pratiquement rien de votre pays ou de votre région, de son climat, de ses cultures, de ce que les gens y font, de ce à quoi ressemblent leurs villages, etc. Essayez de voir votre pays ou votre région avec les yeux d'un auditeur lointain.**- De lieux.** Les auditeurs malgaches ne savent pas à quoi ressemble un village nigérien. Les Burkinabé ne savent pas non plus à quoi ressemble une chefferie camerounaise.**- De personnes.** L'aspect physique d'une personne aide parfois à la compréhension du message. Si vous voulez décrire l'interviewé comme un sage, plutôt que "Mohammed est un vieux sage", vous pourriez dire "Mohammed polit sa barbe blanche et réfléchit longuement avant de répondre".**ii) Ecrire avec les sons**Si le cerveau est bombardé de paroles ininterrompues et d'informations denses pendant 5 ou 10 minutes, il finit par décrocher. Les sons permettent à l'auditeur de reprendre son souffle, de réfléchir à ce qui vient d'être dit et de s'en faire une meilleure image mentale. Ils peuvent donc servir à la fois de ponctuations et d'illustrations.Comme nous l'avons vu plus haut, lorsque nous utilisons des sons d'ambiance, il faut que le commentaire justifie la musique et les ambiances, et que, vice-versa, celles-ci servent à renforcer le contenu de ce que nous racontons. Si vous faites un reportage sur la hausse des prix du carburant, vos sons de circulation et de klaxons seront justifiés et appuieront ce que vous dites si vous racontez quelque chose de ce genre : "Je suis dans la ville de... la circulation est dense... les voitures se faufilent... etc.". Mais si vous faites une analyse économique de la situation sans être allé sur place, ces ambiances risquent de semer la confusion. |

|  |  |
| --- | --- |
| **L'enregistrement du commentaire** |  |
|   |
| **Le lieu de l'enregistrement**Ecoutez bien le son de la pièce où vous voulez enregistrer. Parfois, des sons qu'on n'entend plus parce qu'on s'y est habitué viennent parasiter l'enregistrement. Les climatiseurs et les éclairages au néon, par exemple, nous jouent souvent de mauvais tours.Soyez aussi attentif aux bruits de la circulation et choisissez une pièce qui ne fait pas face à la rue. Evitez les pièces où il y a de l'écho (même léger), ce qui donne un effet "cathédrale" assez déplaisant à l'écoute.**La respiration et la voix**Si vous vous sentez à bout de souffle et inconfortable, cela vient peut-être du fait que vos phrases sont trop longues. N'hésitez pas à raccourcir vos phrases ou à les modifier au moment de l'enregistrement si vous sentez que les mots que vous avez écrits ne coulent pas naturellement dans votre bouche.Parlez lentement, sur un ton naturel, comme si vous vous adressiez à une seule personne. Les journalistes radio ont souvent tendance à déclamer, comme s'ils se trouvaient devant une foule immense. Il peut y avoir, effectivement, beaucoup d'auditeurs qui écoutent le reportage. Mais chacun le fait individuellement (ou en petit groupe) et, pour qu'il se sente concerné, il doit avoir le sentiment qu'on s'adresse à lui. Donc, il est inutile de pousser la voix comme si vous étiez sur une scène de théâtre.Voici un truc tout simple pour vous aider à parler avec un ton naturel : imaginez-vous que vous racontez l'histoire à un proche (mère, père, frère, soeur, ami, etc.) et ayez son image en tête. Mieux : enregistrez votre commentaire devant quelqu'un. Faites comme si vous lui racontiez l'histoire, c'est-à-dire en vous détachant un peu de votre texte, en lui jetant des coups d'oeil et en faisant les gestes naturels que vous faites lorsque vous discutez. Faire des gestes aide beaucoup à ajouter de l'expression à un texte. |