

## Classeur Radio Avranches FM

1. Vivre le média pour mieux le comprendre
2. L'éducation aux médias en 6 dimensions
3. Histoire de la radio en France
4. Déroulement Général
5. La conférence de rédaction
6. Les 3 grands rôles dans la radio
7. Exemple de Conducteur
8. Feuille chronique
9. Chronique Actualités / Brèves : la recherche d'information, le tri, la retransmission
10. Chronique Critiques : de film, de jeux vidéo, ... Comment évaluer une œuvre, sur quels critères.
11. Chronique Jeux radiophoniques : les différents styles de jeux
12. Chronique Reportage : avant l'évènement, sur place, de retour en studio.
13. Chronique Musique : l'annonce, le droit d'auteur, la SACEM
14. Chronique Interviews : différentes sortes d'interviews. Quels sont les différences, quoi prendre en compte.
15. Autres types de chroniques
16. Les 10 règles d'or en Radio
17. L'écriture Radiophonique
18. Organisation d'un groupe d'enfant lors d'une animation radio



# 1. Vivre le média pour mieux le comprendre

"Nous vivons dans un monde où les moyens de communication se sont fortement développés. Malgré cela, la communication pour beaucoup reste difficile. Certains même se sentent isolés. Moyens de communications de masse privilégiés, les médias sont partout. Ils occupent une place importante dans la vie, les jeux, les conversations, et font partie de sa culture.

Si cette culture est largement façonnée par la télévision, le monde des médias c'est aussi la B.D., le journal, l'affiche, la radio,... Cependant, tous les enfants ne sont pas égaux face à elle et l'impact du milieu familial qui peut, ou non, aider à l'appréhender est important. L'intégration de cette culture mosaïque va permettre à l'enfant de mieux saisir son environnement, d'approcher le fonctionnement du monde des médias et de structurer des informations, des compétences acquises hors de ses murs.

Réaliser un projet d'éducation aux médias, c'est permettre à chacun de devenir critique et autonome face aux médias. C'est aussi leur permettre de les comprendre en les manipulant et en les "vivant" de manière concrète et fonctionnelle.

La communication audiovisuelle permet de multiples possibilités d'intégration. (.../...). Elle se vit comme soutien à un objectif pédagogique dans des projets. Elle permet la communication, le développement de l'autonomie et la coresponsabilité.

Créer une radio est une merveilleuse manière de confronter directement les enfants aux médias. L'outil pédagogique mis en place est un support idéal parce qu'il est une source intarissable d'approches fonctionnelles permettant d'apprendre et de comprendre les médias. De plus, il permet à chacun de mieux maîtriser la langue tant écrite qu'orale.

Un projet de ce type va tout d'abord permettre aux enfants d'entrer dans une toute autre dimension médiatique.

Grâce à lui, de simples auditeurs passifs et gavés des programmes diffusés, ils deviennent de véritables acteurs. Il s'agit d'une dynamique prise en main d'un canal de diffusion où chacun est coresponsable de ce qui est produit sur antenne.

Afin de manipuler au mieux l'outil, il faut le maîtriser et donc, avant toute chose, chercher à le comprendre.

Ainsi, de manière fonctionnelle, les enfants comprennent l'importance d'adapter son langage au public qui écoute (une des bases de la notion de communication). Lors de la préparation des séquences, chacun doit veiller à être clair et à utiliser un vocabulaire spécifique compréhensible de tous. Pas question de dire n'importe quoi, n'importe comment... »

On s'en doute, il n'est pas simple d'adopter un langage radiophonique. Il est donc nécessaire de passer par une phase d'observation et d'analyse de production professionnelle. La radio, comme les autres types de médias, est un outil de communication. Il est, à ce titre, un langage à part entière qui possède ses codes, son écriture. Il est donc important de sensibiliser chacun à ces codes et d'aider à les déchiffrer.

Par le biais de leurs productions, les individus sont amenés à utiliser et à analyser de nombreux types de langage. Ils découvrent que l'on ne rédige pas et que l'on ne dit pas tout de la même façon. Chaque type de texte a sa propre structure et son propre langage. La manière de présenter une interview (tant à l'oral qu'à l'écrit) est, par exemple, loin d'être similaire à celle utilisée pour un texte informatif.

Dans leur travail, les animateurs radio sont confrontés au système de production et de diffusion auquel est soumis n'importe quel document médiatique. Ce système implique des contraintes et des enjeux dont ils doivent tenir compte. A chaque instant, la construction d'une séquence compréhensible et captivante représente un réel défi à relever. Pour la simple rédaction des textes, il faut, par exemple, tenir compte de nombreux aspects tels que la durée de la séquence, l'objectif poursuivi, la clarté des propos tenus, la justesse des informations données et la nécessité d'apporter des informations claires et complètes.

La diffusion des émissions est également source de nombreuses contraintes. On notera l'importance de respecter les délais fixés afin d'être prêt dans les temps, la nécessité de lire correctement afin d'être audible, l'intérêt de se concerter avec les autres responsables du projet, et l'obligation de maîtriser le matériel technique qui va permettre la diffusion du programme.

Vivre concrètement les médias permet aux acteurs du projet d'être plus critiques sur les productions extérieures. Progressivement, ils réalisent une écoute plus intelligente et plus attentive de ce qui leur est proposé, ils apprennent à mieux décoder les messages, ils développent un esprit critique et sont mis en garde contre certaines mises en scène qui peuvent influencer leur jugement.

"En matière d'Éducation aux médias, il y a là un travail de déconstruction et de reconstruction du média qui permet ensuite à l'individu de ne plus écouter de la même façon... son propre choix radiophonique. Loin de chercher à le dégoûter de ce qu'il aimait et que nous jugerions peut-être désuet, il s'agit de le former à une écoute active qui le mobilise sur les effets ressentis et la réceptivité affichée aux messages." (Source extraite d'un document intitulé "Média Animation - Médialogue: outils de formation 2000").

## 2. L'éducation aux médias en 6 dimensions

Ici, nous évoquerons le cadre référentiel devenu classique, en Éducation aux Médias, des six dimensions d'approche de toute situation médiatique : les langages, les technologies, les représentations, les typologies, les publics et les producteurs.

Chaque composant revêt un caractère particulier qu'il est bon de ne pas négliger car il influencera directement le message qui sera diffusé. Avant de conquérir les ondes, mieux vaut prendre le temps de s'interroger sur les possibilités et les priorités qui seront celles de la radio que l'on veut proposer.

### 1) Le langage

Tout média utilise un langage pluriel spécifique. Ce langage a une incidence directe sur la compréhension et l'interprétation du message.

Parce qu'il est indispensable de préparer ce que l'on va dire à l'antenne, tout commence par une phase de production d'écrit. Cette étape nécessite déjà un effort d'adaptation et de mise en situation pour le rédacteur (l'écrit devant avant tout être un support à l'expression orale).

Chaque canal de diffusion possède ses propres spécificités. Le vocabulaire, par exemple, devra être adapté au langage utilisé. Il est donc bon de le connaître et de l'utiliser à bon escient.

Le langage radiophonique, s'il se veut compréhensible, se doit de respecter certaines règles. Ainsi, une intonation et une prononciation adaptées au contenu et à la situation d'élocution permettront à l'auditeur de mieux décoder le message.

A la radio, d'autres constituants langagiers sont à prendre en considération. Ainsi, après avoir maîtrisé leur rapport avec le micro, les animateurs devront veiller à réaliser un enchaînement adéquat des rubriques et proposer un habillage sonore spécifique de qualité (jingles, disques, périodes de silence,...).

De quelle manière allons-nous dire les choses ? Sur quel ton allons-nous le faire ? Ce ne sont là que quelques-unes des questions à se poser avant de se lancer sur les ondes. De la réponse à celles-ci découlera un message médiatique approprié.

### 2) La technologie

Un émetteur, une antenne, une fréquence, une puissance, un studio, une table de mixages, un lecteur CD,... sont divers éléments importants qui influencent le produit final.

Le choix du mode de diffusion et du contenu des émissions sera fonction des possibilités offertes par les spécificités technologiques dont dispose la structure. Pourquoi dire bonjour aux auditeurs de toute la France si je n'é mets que dans un rayon de 30 mètres ? Réaliser des émissions nécessite un certain matériel que les futurs animateurs radio apprendront à découvrir. Ils le manipuleront et l'utiliseront de manière concrète.

### 3) La représentation

Parler à la radio, c'est bien... mais encore faut-il savoir ce que l'on va y dire... Avant tout, il est bon de se fixer des axes thématiques liés au contenu des émissions que l'on va proposer.

Quels seront les sujets principaux ? A qui va-t-on s'adresser en priorité ? De quoi est-il préférable de ne pas parler ?

On ne dit pas les choses de la même manière quand on veut qu'elles fassent rire ou qu'elles fassent pleurer...

Pour éviter toute ambiguïté, autant se définir au préalable ses intentions et adapter son message à celles-ci...

### 4) La typologie.

Le paysage radiophonique est très diversifié. Alors que certains médias ne sont là que pour diffuser de la musique, d'autres ont choisi de s'orienter vers l'information ou le divertissement. Là où diverses radios ont opté pour un programme local, d'autres se sont tournées vers des productions nationales.

Quelle radio ferons-nous ? Quelle sera notre priorité ? (La musique ? Les potins de notre centre de loisirs ? Des informations d'ordre pédagogique ?) Quelles valeurs voulons-nous faire passer ?

Des décisions qui seront prises, dépendra le contenu et le mode de communication utilisés.

### 5) Le public

Si on fait de la radio, c'est pour être entendu... Mais, encore faut-il définir à qui on veut s'adresser... La direction, les autres groupes d'âges, les parents, le monde (via Internet) sont autant de possibilités qui amèneront à adapter les différentes composantes médiatiques.

### 6) Le(s) producteur(s)

Les orientations qui seront prises quant aux priorités médiatiques seront le résultat de ceux qui font la radio. Autant donc se demander qui nous sommes réellement et quelle image de nous-mêmes voulons-nous montrer aux autres.

Et puis, ne le perdons pas de vue, faire de la radio, ce n'est pas que parler dans le micro. Il existe beaucoup d'autres tâches (technique, coordination, responsable du studio, trésorier, ...) et par conséquent beaucoup de responsabilités à se partager...

Pour pouvoir émettre, il faut respecter certaines contraintes administratives (autorisations diverses) et financières. A nouveau, parce qu'elles sont parties intégrantes du projet, elles ne doivent pas être négligées. Même si c'est à des niveaux divers, chaque acteur (les enfants y compris !) doit en avoir connaissance.

### 3. Histoire de la radio en France

Les débuts de l'utilisation de la bande FM en France remontent à 1954. La bande FM se trouve alors sous monopole d'État comme l'ensemble du média radio depuis l'ordonnance de 23 mars 1945. La RTF lance le 28 mars 1954 des programmes expérimentaux en modulation de fréquence, mais la couverture complète du territoire national est seulement achevée au milieu des années 1960. 16 émetteurs FM sont ainsi recensés en 1961, 109 en 1965 et 196 en 1971.

Le 27 mars 1960, le programme France IV disposant depuis 1954 d'une version spéciale pour être diffusée en FM est baptisée : France IV - Haute Fidélité. Le 8 décembre 1963, les stations de la RTF sont rebaptisées après un référendum auprès des auditeurs : France Inter, France-Culture et France-Musique.

Le 5 janvier 1971, Radio France lance sur Paris une station musicale nommée FIP. Le 2 juin 1980, Radio France lance Radio 7 à destination du public jeune puis teste, en 1980 toujours, des stations locales publiques (Melun FM et Fréquence Nord). À destination du public du troisième âge, Radio France lance Radio Bleue, toujours en 1980.

Le candidat François Mitterrand ayant promis de libéraliser les attributions de fréquences s'il était élu, les radios libres furent autorisées en France après son élection de 1981. Avant cela, quelques radios pirates, d'existence sporadique, brisèrent peu à peu le monopole de l'État : citons Radio Campus à Lille, Radio Onzdebrouille et Radio Ivre à Paris ou Radio Fil Bleu à Montpellier.

Aujourd'hui le spectre de la bande FM est proche de la saturation en de nombreux endroits, dont Paris. D'autre part, un développement parfois anarchique a pu être constaté par le passé et des inégalités se ressentent dans le nombre de fréquences accordées entre stations.

Enfin les fréquences sont souvent différentes d'un endroit à l'autre pour une même station (problème en partie réglé avec les radios RDS). Une nuit bleue radiophonique nationale est donc régulièrement envisagée pour remettre à plat la politique d'attribution de fréquences.

## 4. Pour faire une émission : Déroulement général

L'animateur aménage un espace :

- un coin presse/détente avec journaux, boissons, petits gâteaux, tables, chaises, pour lire facilement en étant à l'aise tout en facilitant la discussion.
- un espace enregistrement / radio : c'est le coin technique avec la matériel pour diffuser, enregistrer, ...
- un espace avec accès Internet (qui peut être le même que l'espace radio si les moyens ne permettent pas de les différencier).
- un espace de travail : pour pouvoir rédiger les articles.

Les enfants sont réunis autour de l'espace de travail.

Lors des premières émissions, l'animateur mène une conférence de rédaction pendant laquelle les enfants débattent d'un certain nombre de question (voir fiche « conférence de rédaction »).

L'animateur propose un échange d'information sans support (les enfants s'appuient sur ce qu'ils ont vu, lu, entendu en dehors de la structure). C'est l'occasion de rappeler l'importance de vérifier les sources des informations mais aussi qu'il faut faire attention à la manière dont cela est rapporté. Vérifier que chaque enfant ait la possibilité de s'exprimer.

L'animateur propose aux enfants de préparer leurs chroniques. Les enfants occupent les différents espaces afin de choisir leurs sujets.

Pour chaque chronique, une feuille est préparée : voir « feuille chronique »

Les enfants (les chroniqueurs) s'entraînent à présenter leur chronique (relisent leur texte, s'entraînent à parler, ...).

Une fois toutes les chroniqueurs prêts, les feuilles chroniques sont données à l'animateur radio (un des enfants) qui les regardent et les trient par ordre de passage souhaité. Il écrit le déroulement de l'émission, le conducteur avec l'aide de l'animateur. Il trouve ses phrases de transition.

Le conducteur est passé au technicien qui prépare les fichiers sons en fonction de l'ordre de passage (jingle radio, jingles chronique, musique, émissions enregistrées, ...).

Quand tout le monde est prêt, répétition générale : les chroniques se positionnent par ordre de passage, leurs feuilles en main, ils simulent l'émission.

Tout est enfin prêt, la diffusion peu avoir lieu (voir les différentes méthodes de diffusion)

L'adulte se charge d'enregistrer en direct et en continu l'ensemble de l'émission.

L'émission passée, dans un deuxième temps, l'animateur reprend l'émission enregistrée, efface les blancs et les grosses erreurs et conserve l'émission finalisée pour une prochaine diffusion, pour graver, et/ou pour mettre l'émission sur Internet.

## 5. Pour faire une émission : Conférence de rédaction

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.

Il est maintenant possible de constituer ce que l'on appelle une « conférence de rédaction ». Durant cette conférence animée l'animateur référent s'interrogera avec les enfants et les jeunes sur différentes questions en gardant à l'esprit les cinq questions du journaliste qui recherche l'information : Qui ? Quoi ? Quand ? Pourquoi ? Et comment ?

### Qui ?

- Quel est le public visé, qui veut-on informer ?
- Quels sont ses besoins et/ou que veut-on lui faire découvrir

### Pourquoi ?

Une fois le public ciblé, on peut choisir de lui :

- Faire découvrir
- Faire connaître des repères, des points de vue, des aspects généraux ou pratiques.
- Donner un avis, une opinion, exprimer ses demandes, ses besoins...
- Faire comprendre (comment « ça » marche, comment fonctionne tel service, comment s'explique tel événement...)
- Permettre de choisir, de décider, d'agir.

### Quoi ?

Quels sujets traiter pour intéresser ceux qui sont visés par l'information. Quels seront les objectifs de l'information ?

- Des informations généralistes (événements en France, à l'étranger, des faits de société)
- Des informations de proximité (ce qui se passe dans la structure, dans le quartier, la ville...)
- Des points de vue
- Des besoins, des propositions.

### Où ?

- Sur quelles sources d'information s'appuyer ?
- Quels médias choisir pour obtenir la meilleure efficacité (écrit, visuel, sonore ?)

### Comment ? Quelles formes retenir ?

- Reportage
- Compte-rendu
- Rencontre
- Interview

### Quand ?

Il est important à ce moment d'être le plus proche de l'actualité de la date de diffusion :

- A quel rythme produire ?
- Comment adapter l'information à partir des délais de diffusion possibles ?



## 6. Pour faire une émission : Les 3 grands rôles dans une radio

### **Le chroniqueur :**

C'est celui qui apporte le contenu de l'émission.

- Il choisit un type de chronique
- Il récolte les éléments dont il a besoin pour écrire sa chronique
- Il fait du tri
- Il sélectionne ce qui l'intéresse
- Il remplit une feuille chronique.
- Il s'entraîne à lire sa feuille, à la dire
- Il intervient quand c'est son tour.

### **L'animateur :**

Il coordonne les chroniques :

- Il fait le choix de l'ordre de passage des chroniques.
- Il lance l'émission avec une introduction
- Il annonce les chroniqueurs.
- Il doit donc trouver des phrases pour faire le lien entre les différentes chroniques. Le plus difficile est de trouver des lancements originaux qui ne se répètent pas trop.
- Il clôture quand tout est fini.

### **Le technicien :**

Comme son nom l'indique, il gère tout l'aspect technique :

- Il vérifie que le son est correct et qu'il est bien diffusé aux auditeurs : micro, musiques, ...
- Il teste la connexion Internet si des musiques ont besoin d'être diffusées par ce support.
- Il prépare les bons sites Internet nécessaires.
- Il séquence les sons en fonction de l'ordre de passage décidé par l'animateur radio.
- Il gère le logiciel de séquençage (Music Maker) pour diffuser les sons lors de la diffusion de l'émission.
- Il gère l'enregistrement de l'émission sur Audacity lors de la diffusion finale.
- Il gère l'enregistrement préalable des chroniques qui ne seront pas en direct.

## 7. Pour faire une émission : Exemple de conducteur

Une émission peut avoir un déroulement adapté au type de radio que l'on souhaite développer : plus orienté information, musique, ou autre. Ce que nous proposons ici est un déroulement général qui permet d'aborder tout un ensemble de domaine. Il faudra se référer aux fiches suivantes pour aller plus loin.

Les phrases en italique sont dites par l'animateur radio (qui peut être un enfant ou l'adulte référent dans un premier temps)

### **Jingle de la radio**

*Bonjour, c'est « nom de l'animateur radio » vous êtes bien sur « nom de la radio », aujourd'hui, nous sommes « date du jour ».*

*Tout de suite, nous allons écouter .... (Phrase d'introduction de la chronique à venir)*

### **Jingle chronique**

Chronique

*Merci, et maintenant ... (annonce de la suite)*

### **Jingle chronique**

Chronique

### **Jingle de la radio**

*C'était « chronique précédente », donnons la parole à (phrase d'introduction de la chronique à venir)*

### **Jingle chronique**

Chronique

### **Jingle de la radio**

*Et maintenant, une pause musicale*

### **Musique**

### **Jingle Radio**

*Phrase d'introduction de la chronique à venir*

### **Jingle chronique**

Chronique

...

...

...

### **Jingle radio**

*Merci d'avoir écouté « nom de la radio », nous vous donnons rendez-vous lors d'une prochaine émission*

8. Contenus d'une chronique : Feuille Chronique

TITRE DE LA CHRONIQUE

Chroniqueur(s) Radio :

---

Sujet :

---

---

---

Contenu de la chronique :

Phrase pour dire bonjour :

---

---

---

---

Texte :

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Phrase pour dire au revoir :

---

---

---

---



## 9. Chronique : Actualités / Brèves

Quel que soit le genre de l'article qu'on choisit d'écrire, il faudra prévoir un temps pour rassembler des documents, rechercher des sources, recueillir les informations qu'on rédigera.

Penser toujours à l'article qu'on va écrire : se concentrer sur l'information dont on a besoin et laisser de côté ce qui n'est pas dans l'angle choisi.

Ne pas remettre à plus tard la rédaction de l'article et utiliser sa mémoire encore toute chaude !

### **Soignez votre auditeur**

Accrocher et intéresser l'auditeur est un art. Il s'apprend. Il utilise quelques ficelles bien utiles à connaître.

Toujours se souvenir du public auquel on s'adresse : Quels thèmes peuvent l'intéresser ? Comment les aborder ? De quelles informations dispose-t-il déjà sur le sujet ?...

Avant de rédiger, bien définir le « message essentiel » de l'article : après avoir réuni toutes les données nécessaires, on doit pouvoir écrire en quelques mots l'idée fondamentale que l'on veut communiquer. Ce message doit arriver rapidement dans l'article. Eviter d'introduire longuement le sujet. Penser à l'auditeur qui risque de se lasser.

Souvent, le plus important est placé au début (qui ? où ? quand ? pourquoi ? comment ?). Puis viennent des développements successifs qui précisent l'information par ordre d'intérêt décroissant.

### **Être vivant**

Ne pas hésiter à intercaler dans le corps de l'article de courts extraits d'interviews ou d'opinions en style direct.

Privilégier le présent.

Originalité et humour sont des ingrédients précieux.

Être clair et concis :

- expliquer les sigles utilisés,
- présenter, même brièvement, les personnes interviewées ou citées,
- faire des phrases courtes,

Travailler la densité ; pas de tournures inutiles du genre « il convient également de souligner », « notons encore »...

### **La brève**

Elle répond en un minimum de mots aux questions essentielles : qui ? quoi ? quand ? où ? Éventuellement : comment ? et pourquoi ? C'est une information sans titre sur un fait d'actualité. Une brève est rarement seule, mais présentée dans un ensemble de brèves.

## 10. Chronique : Critique

Pour faire la critique d'un film, d'un livre, d'un objet, d'une musique, ..., dans la mesure du possible, préparer à l'avance une "grille de lecture", c'est-à-dire les aspects particuliers qu'il a été décidé d'observer.

Préparer cette grille avec les enfants, en les aidants à identifier les points qui peuvent être critiqués. Une critique n'est pas une analyse complète, il est donc possible de choisir les bases, les critères sur lesquels le jugement va être fondé.

Au fil de la réception (lecture, visite, visionnement, écoute...) prendre des notes sur un calepin, de quoi donner à l'article quelques touches de vécu.

Le rôle de l'animateur est de former l'enfant-spectateur : lui donner l'habitude de passer du « j'aime / j'aime pas » à la notion même du regard critique.

Exemples de grille de lecture :

- Pour un film :

- \* premières impressions d'ensemble
- \* l'histoire
- \* les décors, les costumes
- \* la bande son
- \* l'humour
- \* les sentiments
- \* le graphisme, les couleurs

- Pour une chanson :

- \* le style
- \* le rythme
- \* les paroles
- \* la musique

- Pour une BD :

- \* le graphisme
- \* l'histoire
- \* l'humour
- \* les textes
- \* le style

- Pour un Jeu vidéo :

- \* graphisme
- \* jouabilité
- \* bande son
- \* durée de vie

Ces critères d'analyse peuvent être modifiés et complétés avec le groupe d'enfants.

## 11. Chronique : Jeux radiophonique

Les jeux radiophoniques diffusés par les radios sont extrêmement populaires auprès des populations.

Ce sont des émissions qui nécessitent un auditoire attentionné, sur le terrain ou dans d'autres lieux si l'émission le permet. Un retour étant nécessaire, il faudra alors disposer d'une ligne téléphonique pour permettre la participation de personnes absentes du lieu d'émission.

Ils se présentent, comme leur nom l'indique, sous forme de jeux, de concours, auxquels la population participe. Les jeux radiophoniques sont une occasion de rassembler toutes les couches de la population, sur le thème que vous désirez aborder.

Les jeux radiophoniques se déroulent toujours dans une atmosphère festive, sur un mode interactif, ce qui permet une libération de la parole qui pourrait ne pas venir autrement. Les jeux gommant les clivages sociaux et culturels, favorisent une expression spontanée.

Exemples de jeux radiophoniques :

- Quiz : une question est posée, les auditeurs doivent trouver la réponse
- La course aux objets : aller chercher un objet précis. Pour un auditoire éloigné du lieu de diffusion, cela peut être un objet sonore qu'il faut faire écouter au téléphone (un verre et une cuillère, un klaxon, ...).
- Reconnaître le titre d'une chanson
- Reconnaître le style d'une chanson
- Citer les instruments entendus dans une chanson
- Trouver la suite des paroles d'une chanson
- Trouver dans quel film on peut entendre une chanson
- Trouver un invité mystère avec la voix masquée et des indices donnés
- Reconnaître un bruit : objet, animal, ... Pour augmenter la difficulté, il est possible de superposer des sons, d'en changer le tempo, la tonalité.
- ...

## 12. Chronique : reportage

Tout parfait journaliste connaît la règle des cinq questions fondamentales. Les Anglais l'appellent la règle des cinq "W" : Who (qui?), What (quoi?), When (quand?), Where (où?) et Why (pourquoi?).

Dans tous les articles de journaux, il faut répondre précisément à ces cinq questions. Parfois on en rajoute une : "Comment?".

### QUI?

Dans un reportage, il faut citer des gens qu'on interroge. Il faut parler de ce que ces gens font. Bref, pour que le lecteur comprenne de qui on parle, il faut donner quelques informations sur ces personnes. Par exemple: "Mohamed Hosni, 20 ans, étudiant en deuxième année d'histoire à l'Université du Caire, aime la musique..."

ou bien "Alice Lejeune, infirmière depuis 8 ans dans une clinique de Bretagne, descend tous les étés dans le Midi pour la récolte des olives..." Ainsi, le lecteur connaît un peu la personne dont on parle dans l'article.

### QUOI?

Un reportage raconte une histoire vraie, quelque chose qui s'est passée ou qui se passe. C'est un "quoi?". Il faut donc raconter le mieux possible son sujet de reportage en citant des personnes interviewées et en écrivant des descriptions précises. "Il se passe quoi?"; le lecteur peut répondre correctement après avoir lu l'article si l'information s'y trouve.

### QUAND et OÙ?

Le temps et le lieu sont deux informations fondamentales dans un reportage ou un article. Ce sont des repères de toutes les actions des hommes et de la vie des choses. A ne jamais oublier !

### POURQUOI?

Cette dernière question est souvent remplacée par le "COMMENT?". Il faut en effet toujours chercher à savoir pourquoi les choses se passent comme ça et pas autrement, pourquoi cette femme pense comme ceci, pourquoi cet homme agit comme cela. Bref, vous devez toujours poser la question "pourquoi?" aux personnes que vous interrogez.

Parfois, il n'y a pas de réponse ou elle est trop difficile à trouver, ou alors la réponse est : "C'est ainsi parce que ça a toujours été ainsi!". Dans ces cas, il faut alors oublier le "pourquoi" et passer au "comment" en décrivant avec beaucoup de détails (IL FAUT TOUJOURS BEAUCOUP DE DÉTAILS). Il faut décrire comment les choses se passent, comment agit ce monsieur et comment pense cette dame. Bref, il faut toujours écrire en gardant à la mémoire que le lecteur veut tout savoir !



## 13. Chronique Musique

La chronique musique consiste à diffuser de la musique entre plusieurs autres chroniques.

Le chroniqueur peut donner son opinion sur la musique qu'il va diffuser, il fait également une critique.

Il faut donc choisir les musiques à diffuser et se poser un certain nombre de questions :

- Je vais diffuser de la musique mais quel âge ont les auditeurs de l'émission ?

Un enfant de 5 ans n'écoute pas les mêmes choses qu'un autre de 10 ans. Si les groupes sont mixtes, penser à tout le monde ou à des chansons qui peuvent plaire aux deux. Il ne suffit pas de décider de passer des titres qui plaisent au chroniqueur musique, mais c'est bien le public qui prime.

- Quel style de musique les auditeurs apprécient-ils ?

Le style peut être indépendant de la tranche d'âge. Il peut dépendre de goûts différents, de milieux de vie différents.

- Est-ce que je dois diffuser uniquement des titres attendus par les auditeurs?

Je ne suis pas obligé de me caler sur ce que les auditeurs ont l'habitude d'écouter, mais ceci est alors choisi : je veux faire découvrir quoi? Pourquoi? A ce moment là, je peux l'expliquer aux auditeurs.

- Comment vais-je annoncer mon titre ? Quel phrase je vais choisir?

Les titres peuvent être annoncés. Le lancement se préparer comme l'animateur radio prépare aussi ses annonces. Je peux annoncer des informations sur le titre : Qui le chante ? Qui l'a écrit ? De quand date-t-il ? De quoi parle-t-il ? A quel courant musical appartient-il ?

- Ai-je le droit de diffuser de la musique ?

La diffusion de la musique protégée par des droits d'auteurs est règlementée par la SACEM. Il est important de noter qu'il existe des sites Internet qui proposent de la musique libre de droit ([www.dogmazic.net](http://www.dogmazic.net)).

Pour la diffusion de musique protégée sur un établissement : compter environ 120 €/an pour une structure de moins de 200 adhérents et 150€/an au dessus de 200 adhérents. Pour la diffusion de musique protégée sur une webradio : compter 860 € / an

- Où trouver des titres musicaux ?

Pour diffuser des titres, je dois y avoir accès. Heureusement, Internet est une bibliothèque formidable pour de l'écoute à la demande. Il suffit d'aller sur des sites comme « [www.deezer.fr](http://www.deezer.fr) », « [www.dogmazic.net](http://www.dogmazic.net) », de créer un compte, de créer ses playlists et c'est parti pour la diffusion.

Sans Internet, reste la solution de CD et des fichiers mp3 amenés par le groupe radio et l'ensemble de leurs connaissances. La base de données reste d'avantage limitée mais peut suffire dans la plupart des cas.

## 14. Chronique : Interviews

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.

### 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.

Comment préparer 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.

- 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.

- 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, câble, bande, cassette, minidisque, 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'interviews :

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 métier :**

Ayez conscience de votre attitude physique, elle conditionne la relation et le déroulement de l'interview :

- Regardez-vous votre interlocuteur/trice, êtes-vous en relation avec lui/elle ou vous réfugiez-vous derrière votre micro et votre questionnaire ?

- Comment êtes-vous positionné par rapport à votre interlocuteur, êtes-vous dans une position confortable pour l'un et l'autre ?

- Comment tenez-vous votre micro, est-il agressif ?

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.

Un peu de psychologie...

La plupart des gens sont prêts à nous dire ce que nous voulons savoir. Tout est dans la manière de les approcher et dans notre disposition à les écouter. C'est ici qu'il faut user de psychologie.

Le premier talent de l'intervieweur est de savoir user de psychologie. Il doit être à l'écoute de l'interviewé, capable de se mettre à sa place, de lui faire sentir qu'il s'intéresse véritablement à lui, qu'il n'est pas là pour le piéger, qu'il mérite sa confiance, qu'il le comprend. Pour arriver à être un si bon "psychologue", il n'y a pas de secret : le journaliste doit être sincère dans ces sentiments.

### **L'état d'esprit de l'intervieweur :**

Quand on est mal à l'aise, la personne devant nous le ressent et, souvent, se fige. Si on essaie de "coincer" l'interviewé, il le sentira et se fermera. Pour être à l'aise, il vaut mieux être clair dans sa tête (savoir quelles questions on veut poser) et honnête avec l'interviewé. Souvent, c'est quand on est détendu, qu'on ne cherche pas le sensationnel, qu'on s'enlève de l'idée qu'un bon reportage doit nécessairement contenir une controverse et qu'on s'intéresse véritablement à ce que la personne pense (plutôt que d'attendre d'elle qu'elle confirme ce qu'on pense déjà) qu'on obtient les réponses les plus étonnantes, les informations les plus près de la réalité des choses et les interviews les plus satisfaisantes. Permettez-vous de faire des erreurs. Si vous trébuchez dans vos mots, reprenez votre question...

## 15. Autres types de Chroniques

- Le courrier de l'auditeur
- La Météo
- L'horoscope
- Chroniques thématiques : jeux vidéo, cuisine, nature, sport, santé, people, ...
- Le débat
- Trucage audio
- Les dédicaces
- Humour
- Les canulars
- La revue de presse
- Les potins
- Et bien d'autres, à vous de voir ...
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
-

## 16. Les 10 règles d'or en radio

**Voici les 10 commandements du petit ou grand animateur radio :**

- 1) Point de blanc ne feras (en radio le silence est haïssable).
- 2) Parleras à ton tour et éviteras de chevaucher ton voisin (l'équitation est mal admise en radio).
- 3) Ne montreras pas un objet en disant : « comme vous voyez » (les auditeurs sont des aveugles qui voient ce qu'ils entendent).
- 4) Éviteras les « tunnels » (si la radio n'aime pas les blancs, elle n'aime pas les noirs... des longs textes interminables).
- 5) Shunteras en douceur (les enchaînements trop court sont périlleux).
- 6) Regarderas en permanence Sainte Horloge (baver sur les voisins n'est pas bonne éducation).
- 7) Ne caseras pas tes « euh ! » sur le micro (faire une émission aux euh brouillés, c'est la brouille avec les auditeurs !).
- 8) Au micro ne toucheras point (il fait des boums qui font faire des bonds ... à l'auditeur).
- 9) Ne liras pas ton texte en faisant bruire le papier
- 10) A toi de choisir :

## 17. L'écriture radiophonique (conseils)

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.

Écrire 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.
- Un vocabulaire imagé. Les mots doivent permettre de visualiser ce dont vous parlez."
- Des phrases courtes, 20 mots maximum. Plus la phrase est longue, plus vous risquez de bafouiller en la lisant.
- Faites varier la longueur de vos phrases. Des phrases ayant toutes la même longueur donnent une impression de monotonie.
- Écrivez simplement : la formule "sujet, verbe, complément" est la plus efficace. Attention aux constructions complexes, évitez les subordonnées, les superlatifs et les redondances...
- Utilisez le présent, le passé simple ou le futur.
- Ponctuez. La ponctuation structure le débit et permet une meilleure respiration.
- Respectez 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 ?
- Replacez 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".

## 18. L'organisation d'un groupe d'enfants

### PREPARATION GENERALE DES EMISSIONS:

Une fois la conférence de rédaction achevée ; les différentes rubriques seront choisies c'est le moment de répartir les rôles et de réellement parler d'organisation de groupe.

Prenons le cas d'un effectif de 12 enfants dont les rôles pourraient se répartir ainsi :

- 1 animateur Radio.
- 1 technicien.
- 1 assistant technicien.
- 2 Chroniqueurs Info/actualités.
- 1 Chroniqueur Météo.
- 2 Chroniqueurs Jeux radiophoniques.
- 2 Chroniqueurs Critiques Musicales.
- 2 Chroniqueurs blagues.

Pour un seul animateur il ne sera pas évident de gérer un groupe de 12 enfants en menant un atelier autour de la création d'émission radio. Il faudra scinder le groupe en deux.

### L'ANIMATEUR RADIO :

Il doit faire partie du 2ème groupe. A partir des feuilles chroniques de ses chroniqueurs, il peut commencer à préparer l'ordre des chroniques et choisir ses phrases d'introduction et de transition.

### LES TECHNICIENS :

Le technicien et son assistant, si il y en a un, devront naviguer sur les deux groupes pour préparer le côté technique des émissions.

Cette partie de la préparation est une des plus longues et des plus lourdes à gérer. Il peut se faire en plusieurs points:

- Découverte du matériel (ampli, retour, casque, micro, ordinateurs carte son...) et tests sonores.
- Apprentissage des notions de bases pour la maîtrise des logiciels Audacity et Magix Music Maker.

Quel est l'avantage d'avoir un assistant technicien ?

Réponse : s'il y a une préparation d'émission chaque jour, l'assistant pourra devenir le technicien principal du lendemain et le nouvel assistant sera formé par l'assistant de la veille. Ne pas oublier d'être présent afin de ne pas mettre le technicien et son assistant en échec.

Les points ci-dessus sont très importants, la réussite de ces étapes permet de mettre les techniciens en autonomie partielle.

Ensuite nous trouvons dans les différentes tâches :

- Enregistrements des voix.
- Utilisation de samples pour mettre en musique les voix.
- Enregistrement des chroniques pour la diffusion différée.... (Ces tâches sont détaillées en fiche 6)



Récapitulatif :

- Scinder le groupe en deux.
- Commencer les ateliers avec de simples Chroniqueurs.
- Permettre aux techniciens et à son assistant de maîtriser les outils Audacity et Magix en leur expliquant les principales fonctionnalités.
- Garder le technicien et son assistant sur les deux groupes.
- Une fois toutes les chroniques prêtes c'est au tour de l'animateur principal de mettre en ordre les chroniques et de préparer le fil rouge de l'émission.
- Répétition Générale de l'émission.
- Diffusion
- Écoute de l'émission avec les enfants

Ne pas oublier d'enregistrer les émissions afin de les réécouter avec les enfants et pourquoi pas de leur faire un cd qu'ils pourront ramener chez eux