

Formation à la Radio

Table des matières

1-La ligne éditoriale.....	1
2-Public cible et critères de proximité.....	2
2.1- Qui sont mes auditeurs, quelles sont leurs attentes ?.....	2
3-Les conférences de rédaction.....	3
4-Les formats de l'écriture radio.....	3
4.1-Les formats qui se définissent par leur forme.....	3
4.2-Les formats qui se définissent par leur contenu.....	4
5-L'écriture radiophonique : écrire avec des mots.....	4
5.1-Quelques règles pour écrire comme on parle.....	4
5.2-Comment structurer un papier.....	5
6-L'écriture radiophonique : écrire avec des sons.....	5
6.1-L'image sonore.....	5
6.2-Rythmer une émission.....	5
6.3-Tonalité et atmosphère.....	5
6.4-Le silence.....	6
7-L'interview radiophonique.....	6
7.1-La définition.....	6
7.2-Les objectifs.....	6
7.3-La préparation d'une interview ?.....	6
7.3.1-Se documenter.....	6
7.3.2-Prendre contact.....	6
7.3.3-Préparer son questionnaire.....	6
Qui j'interroge ?.....	7
Pour quel usage ?.....	7
7.3.4-Préparer le matériel technique.....	7
7.4-Les trois techniques de l'interview.....	7
7.5-Les principaux types de questions.....	7
7.6-Quelques ficelles du métier.....	7
7.7-Le risque de manipulation.....	8
8-La chronique radio.....	8
8.1-Les catégories.....	8
8.2-Les questions à se poser.....	8
8.3-Quelques conseils de rédaction.....	8
8.4-La marche à suivre.....	9
9-La table ronde radiophonique.....	9
9.1-La phase initiale.....	9
9.1.1-Le sujet doit être choisi avec pertinence.....	9
9.1.2-La même pertinence doit présider au choix des invités.....	9
9.2-La phase de préparation.....	9
9.3-L'accueil des participants.....	10
9.4-L'animation en studio.....	10
9.4.1-Soigner le lancement.....	10
9.4.2-Garder le contrôle.....	10
9.4.3-Conclure.....	10
10-La prise de son en reportage.....	10
10.1-Les outils.....	11
10.1.1-Les magnétophones.....	11
10.1.2-Les micros.....	11
10.1.3-Le casque.....	11
10.2-Le reportage.....	11
10.2.1-La prise de son.....	11

1- La ligne éditoriale

La ligne éditoriale est l'ensemble des grands choix de traitement de l'actualité. Elle n'est pas un catalogue de prises de positions politiques. Elle ne fait que refléter l'intérêt porté à telle ou telle question sur laquelle on mettra l'accent.

Elle hiérarchise les rubriques les unes par rapport aux autres : par exemple, faut-il privilégier le sport par rapport à la culture, les faits divers par rapport à l'information internationale, la politique par rapport aux problèmes de société.

Elle hiérarchise l'importance donnée à tel ou tel sujet : par exemple, toutes les activités du président de la République doivent-elles faire l'objet d'une couverture systématique, et constituer une partie importante des principaux journaux ou, au contraire, faut-il ne retenir que ses prises de position ou activités essentielles compte tenu de l'actualité du pays ? Si c'est cette dernière option qui est retenue (cas le plus fréquent dans les pays européens), quels sont les critères du choix ? Comment s'opère le débat interne à la rédaction ? Rôle de la conférence de rédaction : véritable instance de débat ou chambre d'enregistrement des décisions de la rédaction en chef ?

Elle hiérarchise la place des sujets dans les journaux d'information : exemple, faut-il ouvrir les journaux sur le fait du jour le plus important aux yeux de la rédaction (quel que soit le domaine : politique, fait divers, événement culturel ou sportif, économie, science, etc.) ou bien privilégier les questions institutionnelles, les activités du Premier ministre et du gouvernement ?

Elle définit les choix de traitement : privilégier le reportage ou les déclarations ? les invités en direct ou le travail d'un correspondant ?

Elle définit le point d'équilibre entre le traitement des faits, leur analyse, voire leur commentaire, bref entre information et opinion.

Elle s'appuie sur la place donnée aux différents genres de l'information : quels types d'interviews et de personnalités invitées ? Quelle place pour des débats contradictoires ? Pour une revue de presse qui cite les organes d'opposition ? Faut-il créer un éditorial (ponctuel ou régulier) exprimant le point de vue de la station ? des chroniques ?

La ligne éditoriale ne fait que rarement l'objet d'un document écrit : il faudrait en effet changer le document en fonction des choix de traitement des événements. Il ne s'agit donc pas en général de choix explicites mais de choix implicites souvent subjectifs et qui sont susceptibles de changer en fonction de la situation. Elle s'applique et se décline au jour le jour. Elle repose éminemment sur des individus, leur professionnalisme, leur rigueur, leur honnêteté intellectuelle.

La ligne éditoriale varie selon les publics et selon les médias. Dans un média de service public, la ligne éditoriale se doit d'être consensuelle mais aussi de respecter les différentes sensibilités de la population.

Concrètement, la ligne éditoriale ne dépend pas du directeur général de la radio, de son président, ni a fortiori de son autorité de tutelle. Elle est du ressort exclusif du directeur de l'information ou du rédacteur en chef qui doit être un journaliste expérimenté. La ligne éditoriale est en effet une affaire de journaliste. Elle se doit d'être assumée.

Dans une radio qui se veut crédible, la ligne éditoriale devra d'abord être débattue en interne car ce débat pourra refléter les diverses sensibilités de l'auditoire potentiel de la station. La présence d'un médiateur dans la station peut aider au respect de la ligne éditoriale. De même, le fait de se doter d'une charte des journalistes est utile pour bien marquer leur indépendance. Ce document pourra définir les grandes lignes de ses choix rédactionnels : pluralisme des sources, distinction claire entre

les faits, leur analyse et le commentaire, etc. Ce document pourra en effet servir de référence opposable en cas de pression.

2- Public cible et critères de proximité

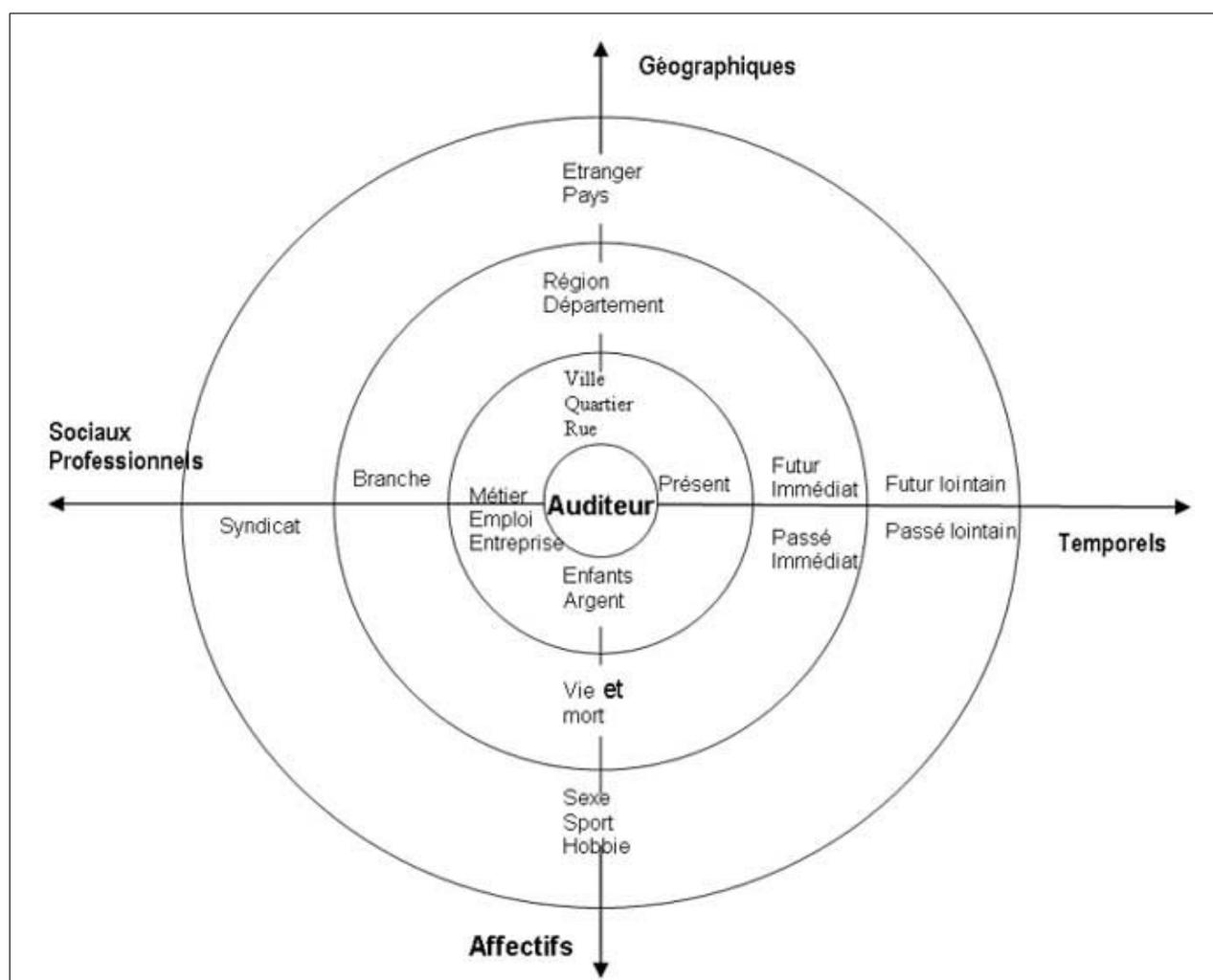
2.1- Qui sont mes auditeurs, quelles sont leurs attentes ?

Il est fondamental que vous ayez une idée, la plus précise possible, des caractéristiques de votre auditoire (âge, sexe, catégorie socioprofessionnelle, mode de vie...) et de ses centres d'intérêt.

Vous devez prendre en compte les critères de la « loi de proximité » avec l'auditeur. Il s'agit de savoir ce qui s'approche le plus de ses centres d'intérêt d'un point de vue géographique, temporel, affectif et socioprofessionnel.

Cette notion est schématisée ci-dessous sous la forme d'une cible. L'auditeur est au centre et plus on s'éloigne, moins on a de chance de l'intéresser.

C'est selon ce principe que l'on a créé la « loi du mort kilométrique ». Un mort au coin de votre rue, c'est un événement. A dix mille kilomètres, il en faudrait 1000 pour que cela soit un événement. Cela paraît sordide, mais c'est ainsi que nous fonctionnons tous. Ce qui nous intéresse d'abord, c'est ce que nous ressentons comme proche de nous.



3- Les conférences de rédaction

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.

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 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 hebdomadaire, permettent de prévoir le traitement de l'actualité prévisible. Il s'agit d'anticiper l'événement.

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.

4- Les formats de l'écriture radio

4.1- 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.

4.2- 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.

5- L'écriture radiophonique : 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.

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.

5.1- 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 !

5.2- 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"

6- L'écriture radiophonique : 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.

6.1- 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.

6.2- 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.

6.3- Tonalité et atmosphère

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

- **Des 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.
- **Des 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, de leur tempo (ajouter) et de leur capacité d'évocation.
- **Des 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.

6.4- 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 ?

7- L'interview radiophonique

7.1- La définition

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.

7.2- Les objectifs

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.

7.3- La préparation d'une interview ?

7.3.1- 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.

7.3.2- 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.

7.3.3- 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.

7.3.4- Préparer le matériel technique

- Vérifier son magnétophone (micro, câble, 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.

7.4- Les trois techniques de l'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.

7.5- Les principaux types de questions

Questions fermées : Réponse par oui ou non.

Ex : « Êtes vous pour la liberté d'expression ? »

Questions à choix multiples : La réponse est induite.

Ex : « Êtes 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?"

7.6- 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.

7.7- 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.

8- La chronique radio

8.1- Les catégories

- Chronique "info", plus courte, 2' à 2'30, très écrite.
- Chronique "programmes", plus décontractée dans le ton, plus longue, jusqu'à 3 ou 4'. Écrite dans une langue plus parlée. Son débit sera plus travaillé, elle sera plus jouée et se prêtera mieux à être lu en direct.

8.2- Les questions à se poser

- Pour qui j'écris ?
- Quel sujet ?
- Quel angle ?
- Dans quel contexte (magazines, journaux, matinale, soirée) ?
- Sur quel ton ?

8.3- Quelques conseils de rédaction

Respecter les règles de l'écriture radio : phrases courtes (maxi 20 mots) ; une seule idée par phrase ; vocabulaire simple précis et imagé ; des verbes d'action au présent et à la forme active ; pas de subordonnées de relative et de participe présent.

- Structurer son papier.
- Utiliser des procédés de proximité avec l'auditeur : « Vous n'allez pas me croire... » ; « Le

saviez-vous ? » ; « Je ne sais pas si vous avez remarqué... » ; « Hep ! vous là... oui, vous... » etc.

- Mettre des images.
- Incorporer du témoignage ou des exemples concrets.
- Soigner les transitions : donc, ainsi, mais, en revanche, bien sûr, pourtant, malgré tout...
- Trouver des formules fortes pour l'attaque et la chute.

8.4- La marche à suivre

- Constituer un dossier, une documentation sur le sujet.
- Lire le dossier, "surligner" les informations essentielles et refermer le dossier.
- Réfléchir à ce que l'on a envie de dire, l'histoire que l'on a envie de raconter.
- Noter quelques idées.
- Faire un plan du papier.
- Organiser les informations par rapport au plan.
- Rédiger.
- N'aller chercher les informations du dossier qu'à la fin pour préciser ou vérifier.

9- La table ronde radiophonique

9.1- La phase initiale

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

9.1.1- 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 ;

9.1.2- 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.

9.2- 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 :

- **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 pré-enregistré ;
- **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 débateur,
- obtenir leur accord ferme pour une participation,
- les informer du déroulement de l'émission.

9.3- 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.

9.4- 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.

9.4.1- 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.

9.4.2- Garder le contrôle

- ne pas hésiter à interrompre une intervention trop longue ou qui s'égare,
- 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.

9.4.3- 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.

10- La prise de son en reportage

Techniques de prise de son en reportage.

10.1- Les outils

10.1.1- 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).

10.1.2- 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).

10.1.3- 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...)

10.2- Le reportage

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

10.2.1- La prise de son

Trois paramètres sont essentiels:

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