



# **La pratique du journalisme en zone de conflit**

**Radio Okapi**

# Sommaire

## Préface

## Première partie: les références

- La mission de Radio Okapi
- Les valeurs de Radio Okapi
- Perspectives propres
- La politique des programmes de Radio Okapi

## Deuxième partie : les fondements de la pratique journalistique en radio

### Préambule : journalisme et sécurité

### Chapitre 1 : les principes

- Exactitude
- Equilibre
- Clarté
- Faits et commentaires
- Respect des personnes
- Protection des sources

### Chapitre 2 : quelques pratiques de base du journalisme radiophonique

- La notion d'information
- La sélection et la hiérarchie des nouvelles
- La culture professionnelle

### Chapitre 3 : quelques techniques de base du journalisme

- Les 5 W
- L'écriture radio en 10 points
- Exercice : corrigez vous-même votre écriture
- Les techniques d'interview
- Le travail de la voix

## Troisième partie: les gestes professionnels

### Chapitre 4 : fiches pratiques : la présentation

- Aperçu général



- Sécurité et responsabilité du présentateur
- Avant de rédiger le journal : lire, écouter et penser le rythme
- Le lancement
- La brève
- Les titres
- La hiérarchie
- L'habillage
- Le conducteur
- La mise en bouche, l'entrée dans le studio
- Le flash radio

### **Chapitre 5: fiches pratiques : le reportage**

- Aperçu général
- Préparer la sortie en reportage
- L'angle
- La prise de son
- Le son
- Le papier radio
- Le papier-plus-son
- Le micro-trottoir
- Le lancement



## Préface

---

Le langage des mots vrais, celui des choses vues et exactement rapportées, celui de la rigueur du regard ne porte qu'au prix d'une grande exigence à l'égard de soi-même. Au contraire du langage de la force et des armes, le journalisme demande du respect de l'autre conjugué à une certaine discipline de la pensée.

Cette exigence se nourrit de l'expérience que chacun d'entre nous accumule peu à peu. Mais notre expérience personnelle, même extraordinaire, reste peu de chose à côté de la somme de celle des autres, dans d'autres médias, dans d'autres rédactions, dans d'autres lieux. Des milliers de journalistes, animateurs, informaticiens, techniciens cherchent et trouvent chaque jour des solutions à des problèmes que nous rencontrons aussi. Les meilleures solutions finissent par se dégager. Elles deviennent des règles, des savoir-faire. Elles se transmettent au sein de la profession, dans les rédactions, dans les écoles de journalisme. A ce titre, le professionnalisme est un condensé de l'expérience des autres.

Ce manuel de formation couvre l'essentiel des règles et pratiques professionnelles que la Fondation Hironnelle a accumulées en zones de crise. Le journalisme en zones de crise ? C'est le même qu'ailleurs. A une différence près : les règles sont plus rigoureuses, les erreurs ne pardonnent pas.

Je souhaite qu'il provoque, qu'il alimente et qu'il se nourrisse d'un vrai débat rédactionnel. Ceux qui l'ont écrit auront alors passé le témoin.

Jean-Marie Etter



# **Première partie:**

## **Les références**



## **La mission de Radio Okapi**

---

Radio Okapi apporte une contribution durable à la paix notamment en accompagnant le processus pré-électoral, électoral et post-électoral. Radio Okapi accomplit un travail d'explication et de popularisation du fonctionnement civique, visant à ce que chaque Congolais puisse comprendre le processus en cours et ait conscience de son propre rôle au sein de ce processus. Radio Okapi couvre l'actualité du processus politique en cours de la manière la plus complète et rigoureuse possible, de manière à obtenir un fort crédit auprès de la population pour ce type de couverture de l'actualité. Par ses programmes, Radio Okapi respecte le pluralisme régional au sein d'une identité nationale. Radio Okapi rapporte cette actualité politique à la vie quotidienne réelle des auditeurs. Elle couvre le cas échéant l'actualité militaire. Elle couvre et explique le travail de la Monuc, des agences spécialisées des Nations Unies et des principaux intervenants internationaux dans le processus électoral.

## **Les valeurs de Radio Okapi**

---

***Le respect des valeurs professionnelles fonde la capacité de Radio Okapi à remplir sa mission.***

Radio Okapi propose des programmes fiables. La ***vérification de l'information***, soit par recoupement des sources soit directement sur le terrain, est primordiale. La stricte ***distinction entre le fait et le commentaire*** doit être permanente. Radio Okapi peut rapporter des opinions, en les identifiant clairement en tant que telles. Radio Okapi ne formule pas, elle-même, de commentaire. Radio Okapi peut faire des analyses, pour placer l'information dans son contexte de manière rigoureuse.

Radio Okapi s'attache au ***respect des individus*** et de leur vie privée. Lorsqu'elle rapporte des faits, même exacts, susceptibles de nuire à l'intégrité physique ou à la réputation d'individus ou de groupes, elle évalue si l'intérêt du public à connaître ces faits justifie les conséquences qui peuvent en résulter pour les concernés. Si elle estime que tel est le cas, elle fait primer l'intérêt général sur les intérêts particuliers.

Radio Okapi ***tient compte des sensibilités de son public***. Dans la sélection et la hiérarchie de l'information, dans le choix des sujets de magazines, elle veille à tenir compte de la réalité quotidienne des auditeurs, de leurs préoccupations, de leurs besoins. Elle veille à ce que son langage, dans ses différentes langues, soit proche de l'auditeur.

Radio Okapi ***protège ses sources***, ses témoins, et veille à ne pas leur faire prendre de risques qui pourraient être évités.

***Radio Okapi travaille dans la société congolaise et pour elle. Au sein de cette société, elle témoigne des valeurs auxquelles elle est attachée, qui s'expriment fortement dans la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme***, tels que formulés en 1948 par l'Assemblée générale des Nations Unies.

La paix, le dialogue entre groupes et individus, le respect de l'autre et de sa dignité sont des valeurs sociales primordiales.

***En son propre sein***, Radio Okapi privilégie la pluralité et le dialogue. Elle exige de tous ses collaborateurs un grand engagement et de la rigueur. Elle demande à son personnel d'antenne d'agir avec responsabilité – chaque fois qu'une collaboratrice ou un collaborateur s'exprime à l'antenne, il représente Radio Okapi tout entière. Radio Okapi est attentive à donner aux femmes les mêmes chances et les mêmes possibilités qu'aux hommes.

## **Perspectives propres**

---

Radio Okapi est le résultat d'un partenariat entre les Nations Unies et la Fondation Hironnelle. Les décisions éditoriales, applicables à l'ensemble des collaborateurs de Radio Okapi, sont prises d'entente entre la Directrice de l'Information publique et le chef de projet de la Fondation Hironnelle. S'il était impossible d'arriver à cette entente, c'est la Directrice de l'Information publique qui trancherait, la responsabilité éditoriale finale revenant aux Nations Unies. Mais le but assigné à Radio Okapi est de constituer, avec les forces des deux partenaires et indépendamment de leur employeur, une équipe soudée, professionnelle, unie par une mission commune et une pratique professionnelle claire.

Radio Okapi, qui dispose à tous points de vue de davantage de moyens que les autres médias de la RDC, a une certaine responsabilité à leur égard. Dans la mesure du possible, elle collabore avec les médias qui partagent les mêmes valeurs qu'elle et les soutient.

Radio Okapi veut s'inscrire dans la durée. Elle veut se donner les moyens de constituer des équipes et des instruments de production durables.





## **La politique des programmes**

---

- **La grille des programmes :**

Pour bien comprendre le sens de la grille des programmes de Radio Okapi, il faut s'imaginer un instant dans la situation d'un auditeur congolais qui aurait fait l'écoute de toute une semaine complète de notre antenne : cet auditeur devrait pouvoir affirmer qu'il sait ce qui se passe dans sa ville, sa région et dans toute la République Démocratique du Congo ; il connaît les événements mais il comprend aussi les enjeux présents et ceux de l'avenir de son pays. L'action de la MONUC lui est connue. Cet auditeur a été mis en contact avec la diversité de la vie culturelle, il a fait l'écoute de chansons traditionnelles comme de celles qui plaisent au public d'aujourd'hui et qui témoignent de la vitalité artistique congolaise. Il a eu aussi la possibilité d'exprimer ses opinions à l'antenne ou bien de communiquer avec des proches habitant une autre région et dont il a perdu la trace. Il s'est plu à l'écoute d'une radio qui l'a informé et diverti sagement.

- **Les facteurs d'analyse :**

La grille de Radio Okapi évite les ruptures. Elle tend à limiter la multiplication des émissions « fermées » qui représentent des obstacles à une écoute en continu. Sont donc privilégiés des formats aux durées limitées qui peuvent s'intégrer le plus possible dans un fil continu d'antenne. Les facteurs évalués lors de la présentation d'un projet pour la grille des programmes sont :

- La conformité avec la mission de Radio Okapi-MONUC
- L'enrichissement du contenu de la grille
- L'originalité de l'idée et de la formule
- Le caractère radiophonique de l'idée
- La disponibilité de l'espace dans la grille
- Le coût total du projet et la possibilité technique

Le renouvellement des émissions à Radio Okapi se fait de façon graduelle pour éviter les bouleversements dans les habitudes d'écoute qui commencent à se construire. Une émission peut quitter l'antenne pour diverses raisons, dont la nécessité pour notre radio de demeurer un média pertinent en fonction de l'évolution politique et sociale du pays.



- 

- **Le citoyen auditeur**

L'auditeur de Radio Okapi est un citoyen(ne) auditeur(trice). On ne lui vend rien. On met à sa portée, qu'il soit jeune ou plus âgé, démuné ou favorisé, instruit ou non, tout ce qu'il faut pour agir comme un citoyen éclairé. Notre programmation n'est donc pas unidimensionnelle dans ses intérêts ni ses formes. C'est une radio généraliste d'actualité.

- **Les journaux et la ligne éditoriale**

Les journaux (radiojournaux) et les flashes sont la pierre d'assise de Radio Okapi. Ils sont les repères les plus fiables pour l'auditoire, une véritable horloge pour chaque citoyen. Ils annoncent à heure précise ce qui s'est passé de plus récent et de plus important. Les journaux sont construits sur la base des principes de proximité psychologique et géographique. Le contenu est congolais mais ne néglige pas ce qui se passe ailleurs en Afrique et dans le monde et qui peut avoir des répercussions sur la vie du citoyen de la RDC. Un bon journal ne prend jamais pour acquis que les auditeurs ont suivi assidûment l'évolution de chaque nouvelle. Tous les principes de l'éthique journalistique décrits dans le présent guide s'appliquent aux journaux. Un journal est en soi une émission de courte durée et, à ce titre, doit avoir un rythme pour en faciliter l'écoute et maximiser la rétention de l'information. Sachant que l'attention d'un auditeur est volatile, il importe d'éviter la monotonie des formes de traitement répétitives et la présentation doit être convaincante.

- **Les magazines d'information**

Les magazines d'information sont axés principalement sur les entrevues et le reportage. Ils ont pour but d'approfondir les grandes questions de l'actualité congolaise. Des invités sont conviés à titre de spécialistes ou encore en raison de leurs responsabilités publiques, et l'approche journalistique est conséquente. Des citoyens viennent aussi témoigner de la façon dont ils vivent les répercussions des décisions prises en leur nom.

- **Les émissions de service public**

Il s'agit d'émissions spécialisées qui sont liées directement au mandat de la Mission de Paix. Elles apparaissent dans la grille de Radio Okapi (DDRRR). Elles sont bien identifiées dans la grille comme des productions de la MONUC puisqu'elles sont avant tout un espace de relations publiques.



- **Les émissions d'animation**

Les émissions d'animation, comme les émissions d'information, respectent toutes les règles d'éthique de Radio Okapi. Elles contribuent plus spécifiquement à l'expression de la diversité, diversité du vécu humain, des situations sociales et diversité des cultures et de leurs expressions sous la forme des arts et de la musique notamment. Elles créent des communautés d'intérêt qui dépassent largement les frontières identitaires convenues. Par exemple, les amoureux d'une même forme d'art ou d'un genre musical particulier se retrouvent au même moment autour de l'antenne de Radio Okapi indifféremment du sexe, de la région d'origine ou encore de la pratique religieuse.

L'espace d'animation comprend des émissions de reportage sur des situations sociales, le travail des ONGs, des témoignages, des retrouvailles (Reportages et Portraits), des émissions musicales et des émissions pour exprimer la culture et la créativité congolaises. Elles contribuent à atteindre notre objectif de grille qui est de faire en sorte de traiter de l'ensemble de la vie congolaise.

Le travail des présentateurs et des présentatrices est de prime importance puisqu'ils créent des personnages qui s'inscrivent dans l'imaginaire des auditeurs. Le ton est plus personnel que dans les émissions d'information. L'auditeur doit adopter en quelque sorte son animateur ou son animatrice et lui faire une place à table ou bien dans sa maison.

- **La programmation musicale :**

La diffusion des chansons et des musiques joue un rôle important à Radio Okapi. Elle n'est pas accessoire. Elle peut facilement représenter le premier facteur d'accrochage comme à l'inverse elle peut provoquer la rupture si elle n'est pas choisie avec un grand soin. C'est dans cette optique que Radio Okapi va développer sa politique de diffusion musicale.

- **Le fil d'antenne ou « habillage » :**

La grille des programmes doit éviter les ruptures et plutôt favoriser une écoute continue en liant tous les éléments grâce à un fil d'antenne efficace. Cet outil indispensable de l'écoute doit se décliner en plusieurs formes musicales et parlées et s'appuyer toujours sur la même ritournelle. Le fil d'antenne est en quelque sorte l'outil de reconnaissance idéal qui nous distingue parmi toutes les radios entendues dans tout le pays.



## **Deuxième partie**

# **Les fondements de la pratique journalistique en radio**



# Préambule

---

## Journalisme et sécurité

***Nous devons toujours réfléchir à la sécurité à la fois du point de vue des journalistes et du point de vue de leurs sources (informateurs, personnes interviewées ou citées).***

**La sécurité repose d'abord et avant tout sur la vérité de ce que nous disons.** Une information un peu exagérée, une information incomplète, ou une fausse information fournissent un prétexte facile à quelqu'un de mal intentionné pour s'attaquer à nous. La plupart du temps, même les gens les plus brutaux essaient de se justifier, de prouver qu'ils ont raison de s'en prendre à nous. Ils nous disent : « vous mentez », « vous donnez de fausses nouvelles », « vous avez pris le parti de nos ennemis », « vous ne montrez que le mauvais côté des choses. D'où l'importance d'une information rigoureuse et précise. Il est plus difficile d'attaquer un journaliste irréprochable, même de l'attaquer physiquement, que d'attaquer un journaliste qui a fait des erreurs. Et la même règle vaut pour nos sources. Se préoccuper de la sécurité de nos sources, c'est aussi être attentif à ce qu'elles disent, et les protéger contre leurs propres invraisemblances ou exagérations. Nous sommes des professionnels, nos sources ne le sont pas.

**Faut-il dire ou taire la vérité lorsque les gens qu'elle dérange risquent de s'en prendre physiquement au journaliste ?** Notre rôle est de veiller à ce que la vérité finisse toujours par éclater au grand jour. Mais il faut le faire avec discernement.

Nous devons mettre en rapport d'une part l'intérêt général et le droit des gens à connaître la vérité, d'autre part le respect des individus et des groupes et la protection de leur personnalité.

Le secret qui entoure certaines **informations stratégiques** fait leur force. Les États considèrent qu'au nom de l'intérêt supérieur de la collectivité, ils ont le droit de garder secrètes un certain nombre d'informations stratégiques : les informations militaires notamment, mais aussi des informations relevant de l'activité diplomatique, des accords financiers et économiques. Dans des pays en crise, le traitement de telles informations est toujours dangereux pour le journaliste, qu'il ait affaire à un Etat ou à des groupes ou individus qui s'en attribuent les caractéristiques. Si le journaliste a accès à une telle information et qu'il a des raisons d'estimer que l'intérêt général en impose une divulgation, la décision de le faire ou de ne pas le faire et de la manière de procéder relève de la Direction du projet et de la radio.

La divulgation d'**informations sensibles** irrite les différents pouvoirs. Des manifestations que tout le monde connaît mais dont la presse officielle ne parle pas, des carences de gestion ou des exactions commises par des gens proches du pouvoir deviennent des sujets sensibles dès lors que le pouvoir ne veut pas qu'on en parle. Il faut pourtant en faire état, mais en prenant le maximum de précautions possibles, parce que leur divulgation peut être aussi dangereuse pour le journaliste que celle d'informations stratégiques. Les choses dites doivent être parfaitement exactes. Si le fait d'en parler publiquement est inhabituel et vraisemblablement dérangeant pour le pouvoir, le choix des mots utilisés doit être soigneusement pesé.



Si possible, donnez la parole à la partie mise en cause (souvent le pouvoir), mais en veillant à ce qu'elle ne puisse pas s'en prendre à vos sources. Si possible, ne soyez pas les seuls à faire état d'une information : il vaut mieux être plusieurs médias, régionaux ou internationaux, à en faire état simultanément.

**La discussion rédactionnelle sur la sécurité** doit être régulière. La manière de traiter les informations sensibles, la décision d'en faire état ou pas doit être discutée et analysée en rédaction, avec les responsables et entre collègues. La Direction du projet et de la radio doit être informée de ces discussions, des préoccupations soulevées, des questions posées. La sécurité des journalistes ne peut pas se gérer seulement au niveau des journalistes, ni seulement au niveau de la Direction : elle doit être assurée par un travail coordonné entre les journalistes sur le terrain, qui rencontrent les problèmes concrets et analysent à leur niveau les solutions, et la Direction, qui peut, si elle est correctement informée, prendre les contacts préventifs nécessaires et donner à son tour aux journalistes des indications sur ce qu'il convient de faire.

Une fiche pratique (fiche 11) donne quelques indications concrètes sur les précautions à prendre en reportage.

## Chapitre un : les principes

---

Il n'existe pas de règles absolues pour faire un journalisme de qualité. Mais il existe des principes fondamentaux, universels, qui ne doivent jamais être transgressés. Ces principes tiennent en quelques mots : **exactitude**, **équilibre**, **clarté**, **distinction entre les faits et les commentaires**, **respect des personnes** et **protection des sources**.

- **L'exactitude :**

Vérifiez tout. Vérifiez l'information que vous a donnée une première source auprès d'une deuxième source ; si vous avez encore un doute, et que cette information peut avoir un impact réel auprès de vos auditeurs, vérifiez encore une fois – c'est ce que l'on appelle la *double vérification*. On ne prend jamais assez de précautions avec les faits, les chiffres et les noms. N'utilisez jamais une rumeur. Le mot rumeur ne doit pas apparaître dans votre texte. Contentez-vous des faits vérifiés. Si vous faites une *citation*, par exemple d'un homme politique, soyez *rigoureusement précis*, au mot près, et n'hésitez pas à rappeler dans quel contexte la phrase que vous mentionnez a été prononcée.

- **L'équilibre**

Efforcez-vous de donner les différents points de vue sur un événement, notamment dans le cas d'une question controversée, sociale, politique ou économique. Voici quelques exemples de déséquilibres qui peuvent devenir graves :

- Utilisation abusive ou exclusive du *point de vue officiel*, par exemple gouvernemental.
- Utilisation exagérée de *déclarations d'intention* (par exemple: ce que le gouverneur dit qu'il envisage de faire).
- Les *différents points de vue* sur un événement donné ne sont pas présentés.

L'équilibre des points de vue sur un événement donné est essentiel. Mais il faut aussi respecter l'équilibre à l'intérieur d'un journal, ou sur l'ensemble de la production de la **radio**.

- **La clarté**

L'immense majorité de vos auditeurs n'a aucun pouvoir politique ou économique. Son langage est simple, ses préoccupations quotidiennes sont des préoccupations de survie. C'est d'abord à ces auditeurs que vous parlez, et vous devez leur parler dans leur langue et avec leur langage. Si les auditeurs ne parviennent pas à comprendre ce que vous leur racontez



parce que vous n'êtes pas clair, votre effort aura été vain et il n'y aura pas eu de communication.

- **Distinguer entre le fait et le commentaire.**

L'une des règles de base, c'est la distinction entre le *fait* et le *commentaire*. Faire un commentaire, c'est dire ce que l'on pense d'un événement, émettre une opinion personnelle, porter un jugement. Les journalistes de Radio Okapi, comme tous les journalistes de la Fondation Hirondelle, n'émettent pas de commentaires ni d'opinions personnelles, ni de jugement à l'antenne. Mais ils peuvent et doivent parfois expliquer, rappeler le contexte d'un événement, pour que tout le monde puisse comprendre ce qui s'est passé. C'est alors une *analyse*, pas un commentaire. Les *opinions des autres* peuvent devenir importantes si elles prêtent à conséquence, si ce ne sont pas des paroles en l'air, si elles peuvent provoquer un changement social. Vous pouvez alors les mentionner en indiquant clairement qui a émis cette opinion, et par rapport à quel événement, à quel fait. C'est le plus souvent sous la forme d'une interview de la personne concernée que vous ferez part de cette opinion.

- **Le respect des personnes**

Le respect des personnes est une règle fondamentale du journalisme. En Europe ou aux Etats-Unis par exemple, trois « barrières » successives assurent une protection minimale : la loi, qui condamne la diffamation, la calomnie et les atteintes à l'honneur ; les règles internes aux journaux, qui sont le plus souvent des Chartes ou des directives, ou encore, lorsqu'il s'agit de Radio et de Télévision, des concessions dont la bonne application est surveillée par une Autorité indépendante spéciale ; et enfin, les règles internes de la profession de journaliste, c'est-à-dire en premier lieu la Déclaration des devoirs et des droits des journalistes. Toutes ces règles mettent en équilibre, d'une manière ou d'une autre, deux principes fondamentaux : le droit du public à connaître la vérité, d'un côté, et le droit des individus à leur honneur et à leur vie privée, de l'autre. Le droit fondamental à l'information ne doit jamais faire oublier le droit fondamental à l'honneur et à la vie privée.

- **La protection des sources**

L'information du public passe par la recherche de la vérité. La diffusion de certaines informations délicates peut déplaire à des personnes ou des organisations de toute nature. Pour pouvoir rendre publiques ces informations délicates il faut parfois garantir aux personnes qui s'expriment à l'antenne que leur identité restera confidentielle. Dans un tel cas de figure on dit que le journaliste doit *protéger ses sources d'information* c'est à dire garantir aux personnes qui lui donnent des informations qu'ils le font en toute confidentialité. Attention il ne faut utiliser cette procédure que de façon exceptionnelle, dans des cas très précis où cette technique est le seul moyen de diffuser une information capitale.







## **Chapitre deux :** **Quelques pratiques de base du journalisme radiophonique**

### **Comment identifier une véritable information**

Pour les besoins de ce manuel, nous retiendrons que l'information est un élément nouveau pour celui qui le reçoit, qui concerne directement ou indirectement les auditeurs et suscite leur intérêt. On distingue deux grandes catégories d'informations :

- **La nouvelle d'actualité**

La nouveauté est ici le critère déterminant. Pour la radio, une nouvelle est ce qui vient de se passer, ce qui se passe dans le présent immédiat ou ce qui va se passer incessamment (effet d'annonce). Il doit s'agir d'un fait récent, dont on n'a pas encore entendu parler, ou de quelque chose qui est sur le point de se produire.

La fraîcheur n'est pas le seul aspect important pour une nouvelle d'actualité. L'information qui présente le plus d'intérêt pour tous les auditeurs de radio est celle qui les concerne. Il convient donc de toujours s'efforcer d'évaluer chaque nouvelle du point de vue des gens et de la manière dont un événement, une déclaration etc. vont les toucher, les concerner directement.

- **Le « feature », ou info magazine**

L'on distingue souvent, surtout dans la tradition anglo-saxonne, la nouvelle proprement dite (le « news »), et l'information qui ne porte pas sur un événement à proprement parler, mais qui raconte une situation, qui explique un problème, qui fait le tour d'un sujet que l'on peut traiter aujourd'hui, hier ou demain, mais qui intéresse les auditeurs parce qu'ils ne le connaissent pas encore et qu'il les touche. En anglais, on appelle ce type d'information des « **features** ». Vous pourrez, par exemple, faire une enquête sur la situation des réfugiés dispersés dans telle forêt du Nord du pays : ce n'est pas une « nouvelle », une news, mais c'est un sujet extrêmement intéressant parce que vous racontez une histoire importante que vos auditeurs ne connaissent pas encore. Vous ne la traiterez pas de la même manière qu'une « news », une nouvelle.

### **Comment sélectionner et hiérarchiser les nouvelles**

Comment choisir une nouvelle parmi les informations qui nous parviennent ? Comment savoir si l'information dont nous disposons vaut la peine d'être diffusée ? Ce travail de choix des nouvelles est l'un des plus importants de toute l'activité des

journalistes. Voici quelques critères qui permettent d'opérer la **sélection** des nouvelles, puis de les classer dans un journal par ordre d'importance, c'est-à-dire de les **hiérarchiser**.

- **L'actualité**

Une nouvelle doit être neuve, fraîche. Une information sera de peu d'intérêt pour l'auditeur s'il l'a déjà entendue ou lue ailleurs. Toutefois, la circulation des journaux est assez faible dans la plupart des pays en développement. Il sera donc peut-être utile de reprendre des nouvelles parues dans la presse, **si elles sont absolument sûres et vérifiées**. Mais, en aucun cas, vous ne devez les lire telles quelles à l'antenne. Vous devez aussi toujours citer le journal.

- **La proximité géographique**

Les gens s'intéressent davantage à ce qui se passe dans leur village, leur région ou leur pays qu'à des événements éloignés. Les nouvelles locales, celles qui concernent les gens que nous connaissons, nous touchent davantage. L'information sur la République Démocratique du Congo, une province, une ville en particulier, est prioritaire et passe avant l'information étrangère.

- **La proximité d'intérêt, les nouvelles qui concernent les auditeurs**

D'autre part, les gens sont surtout sensibles aux nouvelles qui les concernent directement: le coût de la vie, leur budget ou les impôts, les prix des produits alimentaires et l'état des routes par exemple. L'intérêt humain est constitué d'éléments faisant appel aux sentiments: faits insolites, humour, romance, suspense, tragédie, sympathie, peur, chagrin, compassion, envie, générosité, solitude, handicap surmonté, récits mettant en scène des enfants, des personnes âgées, la nature, les animaux, etc. Il arrive qu'au cours d'une mission normale de reportage on découvre progressivement le potentiel d'intérêt humain d'un événement. Si cette dimension se confirme, il conviendra peut-être de lui faire une place plus grande qu'aux éléments classiques de l'information. Les nouvelles présentant un intérêt humain sont aussi parfois le fait de l'approfondissement d'une enquête. Il arrive que cela se révèle lorsqu'un reporter s'est donné la peine d'enquêter plus avant sur les circonstances humaines d'un événement.

- **Le « suivi »**

Le suivi définit l'obligation, pour une rédaction, de suivre sur la durée et jusqu'à sa conclusion une information qui a été mentionnée et qui connaît des développements sur une période plus ou moins longue. Par exemple, si vous parlez d'une grave panne d'électricité, vous devez aussi annoncer que la panne est réparée et peut-être dire comment elle l'a été. Si vous parlez d'une menace d'épidémie, vous devez absolument dire par la suite si la menace se confirme et qu'il y a vraiment une épidémie ou si les craintes sont dissipées et qu'il n'y a pas de danger.

- **L'importance**

Une information importante va toucher beaucoup de gens, modifier leur existence quotidienne, avoir une influence directe sur eux. Elle pourra mettre en jeu des personnalités en vue, mais ce ne sera de loin pas toujours le cas.

## **Comment faire fonctionner une rédaction :**

### **la culture professionnelle**

Bien sûr un journaliste doit maîtriser un certain nombre de techniques pour être capable de faire son travail. Mais être un as de l'interview ou de l'écriture ne suffit pas. Il faut avant tout savoir inscrire son travail dans celui d'une équipe. C'est ce qu'on appelle partager une culture professionnelle

- **Partager un vocabulaire**

Partager une culture professionnelle c'est parler le même langage. Voici un petit lexique d'une dizaine de mots.

<b>Chapo :</b>	Texte lu par le présentateur du journal pour introduire un reportage. Le chapo est aussi appelé lancement ou intro
<b>Pied :</b>	Texte lu par le présentateur après la diffusion d'un reportage et qui vient conclure le sujet . Le pied est aussi appelé extro
<b>Attaque :</b>	Début d'un sujet
<b>Chute :</b>	Fin d'un sujet
<b>Ouverture :</b>	Première information du journal
<b>Fausse ouverture :</b>	Terme utilisé quand la première information du journal n'a pas fait l'objet d'un titre.
<b>Brève :</b>	Information qui n'est pas développée sous la forme d'un sujet complet
<b>Papier :</b>	Reportage écrit par un journaliste qui ne contient pas d'extrait d'interview
<b>Son :</b>	Reportage qui prend la forme d'un extrait d'interview
<b>Enrobé :</b>	Reportage qui mêle le papier et le son

**Conducteur** : Document rédigé par le présentateur pour permettre au technicien de mettre en onde le journal.

Ces quelques mots ne sont là qu'à titre d'exemple, il ne s'agit pas de proposer ici un lexique complet. Pour le commun des mortels ces mots et ce qu'ils décrivent du journalisme radiophonique est incompréhensible. Pour l'équipe d'une radio ce sont des mots de tous les jours, ce vocabulaire partagé est un des signes d'une culture commune.

- **Travailler ensemble**

Le journalisme est une affaire d'individus, de personnalités. Le reporter est responsable de son travail sur le terrain, la qualité de ses comptes rendus dépend réellement de son investissement individuel. La même chose est valable pour le présentateur. Pourtant sans le reporter le journal du présentateur est vide et le meilleur reportage du monde restera virtuel s'il n'est pas introduit par le présentateur du journal. On le voit en matière de journalisme, faire son travail comme si on était seul au monde n'a aucun sens. Le bon journaliste doit avoir le souci du travail d'équipe.

- **Respecter les procédures**

Partager une culture professionnelle c'est aussi respecter les procédures communes qui permettent au travail de chacun de s'inscrire dans la production du programme de la radio.

Exemple : Imaginons un journaliste qui laisse son reportage n'importe où dans le système informatique de la radio et pas dans le dossier partagé prévu pour cela. Ce journaliste rentre ensuite chez lui avec la certitude du devoir accompli puisqu'il a fait son reportage. Ses collègues chargés de préparer les éditions du lendemain vont passer des heures à chercher le reportage en question. Si le reporter avait respecté la procédure il aurait économisé beaucoup de temps et de soucis pour ses collègues.

- **En cas de doute il faut en référer à la hiérarchie.**

Parfois un collaborateur doit faire face à une situation particulière. Il ne sait pas quelle décision prendre. Dans ce cas de figure il ne faut pas hésiter à soumettre le problème à son chef.

Exemple : Le début de la guerre en Irak est intervenu en pleine nuit. A Kinshasa les présentateurs des journaux du matin se sont retrouvés face à un dilemme. En effet radio Okapi ne diffuse que des informations qui concernent directement la RDC. Mais le début de la guerre en Irak est un événement majeur. Que faire dans ce cas ? Les journalistes ont préféré



réveiller le rédacteur en chef qui a pris la décision de diffuser cette nouvelle, malgré la politique éditoriale habituelle.



## **Quelques exemples d'application à Radio Okapi**

*L'écriture d'un flash est une bonne illustration des règles fondamentales du journalisme radio développées au chapitre précédent.*

*Voici la retranscription d'un flash de Radio Okapi.*

*Kinshasa, flash de 10h, le 6 mars 03*

Les combats ont repris depuis ce matin entre l'UPC de Thomas Lubanga et l'armée ougandaise basée à Bunia. Le développement suivra dans nos prochaines éditions.

Pretoria : la dernière plénière des travaux des commissions techniques est prévue cet après-midi. Au cours de la journée d'hier, la médiation a poursuivi des consultations. Quelques ajustements restent à faire sur la question de l'armée. Quant à la constitution, Mustapha Niasse a affirmé qu'il ne se posait plus de grands problèmes.

Joseph Kabila hier face à sa famille politique. Le chef de l'Etat a tenté de dissiper les inquiétudes dans son camp convaincu que trop de concessions ont été faites aux mouvements armés. Mais pour Joseph Kabila, l'heure n'est pas aux disputes inutiles.

Un bateau s'est échoué sur un banc de sable à Bolombo dans l'Equateur. A son bord, plusieurs centaines de passagers et d'importantes quantités de marchandises. Selon le commandant du bateau, une des raisons de cet accident : l'impuissance du moteur.

*Si l'on analyse ce texte d'après les principes développés au chapitre précédent on constate que les règles élémentaires sont respectées :*

*-Il s'agit bien de nouvelles d'actualité*

*-La sélection des nouvelles est correcte. Ainsi, la proximité géographique est respectée, la proximité d'intérêts également, de même que l'importance des informations. Enfin les deux premières brèves illustrent un bon suivi de l'information.*

*-En ce qui concerne la hiérarchie une décision a été prise pour ce flash par rapport aux journaux de la matinée. Dans les éditions matinales l'information sur la reprise des combats à Bunia n'était pas connue de la rédaction. Cette info n'est tombée qu'à 9h du matin. Avant ce flash, l'information de tête c'était Prétoria. L'information sur les combats a été placée en tête dès qu'elle a été connue, et ce choix était le bon. En effet, c'est une nouvelle fraîche et très importante, il fallait donc la placer en tête de la hiérarchie.*



## Chapitre trois : quelques techniques de base du journalisme

---

### Les 5 W :

Répondre aux 5 W (de l'anglais : what, who, where, when, why, ou en français: quoi, qui, où, quand, pourquoi) dans chaque nouvelle constitue la règle fondamentale, incontournable, impérative du journalisme. Il ne peut pas y avoir de compromis sur les quatre premiers W ; il peut arriver que l'on doive rédiger un texte sans connaître la réponse au cinquième W. Une démarche plus poussée d'analyse de l'information nous aidera à trouver cette réponse.

Ainsi, il faut toujours dire le plus clairement possible **en quoi consiste l'action**. « Il y aurait des désaccords au sein de l'équipe dirigeante » est une mauvaise information, « Pierre et Jean se disputent la présidence » est une meilleure information.

Ainsi, il faut toujours identifier **le sujet de l'action**. « La rentrée des classes a été repoussée » est une mauvaise information ; « le ministre de l'éducation repousse la rentrée des classes » est une information plus claire.

Ainsi, il faut toujours dire **où** cela se passe : à Kinshasa, à Kisangani, dans tel quartier, etc.

Enfin, il faut toujours dire avec précision **quand** s'est passé l'événement que l'on relate : ce matin, aujourd'hui, hier, il y a deux jours, il y a une semaine, le 10 janvier....

Si l'on ne dispose pas de ces renseignements, il faut tout faire pour les rechercher. Une information n'a de valeur que si la réponse à ces quatre questions fondamentales est donnée. Un bon rédacteur en chef devrait jeter à la poubelle toute nouvelle qui ne comporte pas ces réponses, et un journaliste ne devrait jamais donner une nouvelle qui ne les comporte pas.

### L'écriture radio en 10 points

- **Comprenez avant de rédiger.**  
Cette règle se résume en une phrase : si vous ne comprenez pas l'information vous ne saurez pas l'écrire convenablement. Ce grand principe est valable quel que soit le type de média et pas seulement la radio. Bien comprendre pour bien rendre compte, c'est le contrat de base entre le journaliste et son public.
- **Commencez par l'info d'actualité**  
Votre première phrase doit répondre à la question suivante : *quelle est l'information d'actualité ?* Vos auditeurs vous écoutent pour savoir ce qui se passe, il faut donc commencer chacun de vos textes avec l'information la plus fraîche.





- **Accrochez vos auditeurs**

La première phrase de chacun de vos textes ne doit pas seulement contenir l'information d'actualité. Elle doit également frapper pour retenir l'attention des auditeurs. Vous devez donc veiller à ce que votre écriture soit accrocheuse, en particulier au début de chaque nouvelle. Si vous accrochez vos auditeurs, ils resteront à l'écoute.

- **Utilisez le présent**

Vous devez décrire les événements qui viennent de se passer, voire décrire des événements au moment où ils se passent. Le présent, c'est le temps du récit ; il est adapté au traitement de l'actualité.

- **Rédigez des phrases courtes**

L'information est la plupart du temps complexe. Et pourtant vos auditeurs ne peuvent pas revenir en arrière. Ils doivent comprendre instantanément ce que vous lisez à l'antenne. Une partie de la solution consiste à rédiger vos phrases sur le modèle : sujet/verbe/complément. C'est à dire une construction simple, logique et immédiatement compréhensible. De la même façon contentez-vous d'une idée par phrase. Pour cela évitez les propositions subordonnées, posez plutôt un point et commencez une nouvelle phrase. Enfin, attention aux redondances, qui n'apportent rien et rallongent le texte.

- **Soyez précis**

Vos textes doivent être courts, chaque mot est important. Utilisez donc le mot juste. Il faut bien choisir en particulier les verbes. Méfiez-vous d'être et avoir, verbes passés partout et imprécis.

- **Contentez-vous des faits, proscrivez les commentaires**

Vous n'êtes pas à l'antenne pour donner votre avis. Contentez-vous de décrire l'actualité et laissez vos auditeurs libres de leurs jugements.

- **Parlez avant d'écrire**

Un journal radio est un exercice oral. Le présentateur dit les informations. L'auditeur les écoute. Vous devez donc verbaliser chaque phrase avant de la rédiger. Quand vous avez écrit votre texte, relisez-le à voix haute. Si le résultat ne vous plaît pas, modifiez le texte.

- **Adressez-vous aux auditeurs**

L'écriture des nouvelles est un exercice solitaire. Il en est de même du passage au micro. Il n'y a pas de contact direct avec le public. Gardez toujours présent à l'esprit que vous vous adressez à quelqu'un. Essayez d'imaginer vos auditeurs. Ce que vous écrivez est-il intéressant pour eux ? Est-ce qu'ils peuvent comprendre cette phrase, cette idée ? Si vous écrivez de cette façon, le public sentira que vous vous adressez à lui et restera à l'écoute de votre journal.



- **Décrivez l'information**

La radio ne sollicite que l'oreille et pourtant un texte bien écrit créera des images mentales chez vos auditeurs. Pour obtenir ce résultat, utilisez une écriture descriptive. Pour être sûr de ne rien omettre dans une information, vous utilisez les cinq W. Pour bien la décrire, pensez aux cinq S. comme sens. Toutes les informations nous parviennent par nos sens. Donnez à voir, sentir, toucher, entendre et goûter l'information à vos auditeurs.



## ***Exemple Okapi***

---

*On l'a vu au chapitre précédent, les règles de l'écriture radio sont nombreuses. La plus importante d'entre elles est la toute première, **comprendre avant de rédiger**. Voici une illustration de ce qui peut arriver si vous ne prenez pas le temps de bien comprendre une information avant de la restituer.*

*Voici une brève rédigée pour un flash de l'antenne nationale de Radio Okapi.*

Le bateau Kashobwe n'aurait pas terminé sa course au fond du lac Tanganyika si toutes les précautions avaient été prises au préalable. La cause du naufrage vient d'être confirmée, le bateau était non seulement surchargé mais de plus il n'a pas pu affronter le mauvais temps. Certains passagers avaient même renoncé à l'embarquement à la simple vue de la surcharge du bateau. Ces précisions sont de notre rédaction de Kisangani qui a interrogé un rescapé

*Et voici le texte de l'information envoyée par Radio Okapi Kalémie qui a servi à la rédaction du texte de la brève.*

Le Kashobwe n'avait pas été chargé selon les règles de l'art. C'est ce qu'affirme le secrétaire du Comité des armateurs de Kalémie. Selon cet homme, qui est par ailleurs l'un des rescapés du naufrage du Fatuma en juillet 2001, les marchandises de "poids léger" auraient été chargées en fond de cale et les marchandises plus lourdes par dessus au mépris de toutes les règles habituelles de chargement. Cet élément ne permet pas à lui seul d'expliquer le naufrage du navire, mais le mauvais chargement ajouté à la surcharge fragilisent le bateau et réduisent sa capacité à tenir la mer. Certains passagers avaient renoncé au départ à la simple vue de l'aspect du bateau.

*La comparaison entre la brève du flash et l'information originale amène plusieurs observations.*

- 1. L'info principale « La cause du naufrage vient d'être confirmée » est trop affirmative. Dans l'information originale, le reporter qui est sur le terrain précise que cet élément ne permet pas à lui seul d'expliquer le naufrage du navire.*
- 2. La source de référence dans la brève du flash « un rescapé » est trompeuse. L'interlocuteur est rescapé d'un autre naufrage qui s'est déroulé deux ans plus tôt. Cet homme s'exprime en tant que secrétaire du Comité des armateurs de Kalémie.*
- 3. La rédaction de Radio Okapi qui a produit cette information n'est pas celle indiquée dans le flash « Ces précisions sont de notre rédaction de Kisangani », puisqu'il s'agit en fait de la rédaction de Kalémie.*

*Ce sont au total trois erreurs qui sont autant de maladresses de la part du présentateur du flash de l'antenne nationale. Une lecture vraiment attentive de l'information avant la rédaction de la brève aurait sans aucun doute permis d'éviter ces imprécisions.*



## **L'écriture radio en 10 points :** **Corrigez vous-même votre écriture**

---

Voici un exercice très simple et très rapide qui permet de faire un diagnostic sur votre écriture radiophonique et de vous corriger.

### **1. Sur chacun de vos textes, sans même les lire, repérez les trois éléments suivant :**

- Entourez la première phrase.
- Soulignez les verbes.
- Barrez chaque point.

### **2. Une fois que votre texte est annoté de cette façon :**

- La première phrase :

Lisez attentivement la première phrase en cachant le reste du texte. Cette phrase doit contenir l'élément d'actualité. Pour savoir si c'est le cas répondez à la question : *quelle est l'information nouvelle ?* Si la phrase ne répond pas à cette question, c'est qu'elle est mal écrite.

- Les verbes :

Il faut respecter une unité de temps. Les verbes doivent être au présent. Vérifiez que c'est bien le cas.

Tous les verbes doivent être différents. Chacun d'entre eux doit correspondre à une idée précise.

Etre et avoir sont des verbes à proscrire. Ils ne sont pas assez précis. Faites l'effort de trouver des verbes appropriés

- Les points :

Est-ce que vos phrases ne sont pas trop longues ? Si c'est le cas vous donnez probablement plusieurs informations dans chaque phrase. Pour vous corriger contentez-vous d'une idée par phrase. Votre texte sera tout de suite plus clair et plus incisif.

Autre possibilité, vos phrases sont construites de façon trop compliquée. Utilisez la construction sujet/verbe/complément.

Faites ce test, corrigez-vous et vous verrez que votre écriture sera bien plus claire, plus compréhensible pour vos auditeurs et plus facile à lire à l'antenne.



# L'interview aux fins d'utilisation d'extraits sonores dans les journaux

- **Avant l'interview**

**Présentez-vous :**

Que vous ayez pu prendre rendez-vous ou que votre interlocuteur ait accepté un entretien improvisé, expliquez clairement qui vous êtes, pour qui vous travaillez et ce que vous allez faire de l'interview.

- **Pendant l'interview...  
il y a des questions :**

Posez vos questions dans un ordre logique :  
Vous devez avoir en tête une série de trois ou quatre questions principales. Aidez-vous si nécessaire d'une liste sous forme de notes pour préparer l'enchaînement des questions.

**Posez des questions ouvertes :**

Si votre interlocuteur répond systématiquement par *oui* ou par *non*, c'est que vous posez des questions fermées. Commencez vos questions par : *pourquoi...* ou par : *pensez-vous...* plutôt que par : *est ce que ...*

**Posez une seule question à la fois :**

Votre interlocuteur n'est pas là pour vous aider à faire le tri dans votre esprit. Si vous posez plusieurs questions à la fois, il se contentera la plupart du temps de répondre à la dernière.

**Posez des questions, n'affirmez pas des positions :**

Vous n'êtes pas là pour prendre parti, faire un discours, donner des explications ou faire un commentaire. Vous êtes là pour poser des questions les plus pertinentes possibles pour avoir de bonnes réponses.

**...il y a des réponses :...**

**Ecoutez les réponses :**

Dans une question, ce qui est important, c'est la réponse. Ecoutez attentivement la réponse et vous trouverez la bonne question suivante. Chaque question principale va susciter des questions annexes selon les réponses qu'on vous adressera.

**Si votre interlocuteur digresse :**

Il arrive parfois qu'une personne passe d'un sujet à l'autre en répondant à une question. Dans ce cas, vous pouvez reformuler la question pour remettre la personne sur les rails.



**Si votre interlocuteur s'arrête sans avoir conclu son propos :**

Une réponse est souvent structurée par un raisonnement en plusieurs parties. Il arrive qu'on perde le fil ou qu'on oublie une partie. N'hésitez pas à relancer votre interlocuteur pour l'aider à reprendre le fil.

**Si votre interlocuteur ne s'arrête pas :**

Certaines réponses sont interminables, votre interlocuteur peut se mettre à enchaîner les idées comme des perles sur un collier ou à tourner en rond en donnant plusieurs fois de suite la même réponse sous des formes différentes. Il faudra vous résoudre à l'interrompre, car vous devez garder la maîtrise de l'interview.

**Si votre interlocuteur ne répond pas à la question :**

Certaines questions sont gênantes, il est tentant de ne pas y répondre, parfois en essayant de détourner l'attention du journaliste. Exemple : *avant de répondre à votre question, permettez-moi de préciser...* lorsque votre interlocuteur a fini de *préciser*, il s'arrête sans avoir répondu. La solution c'est de reposer la question. Si votre interlocuteur vous fait remarquer que vous avez déjà posé cette question, vous pouvez observer poliment qu'il n'a pas répondu.

**Si votre interlocuteur répond par une question :**

Répondre par une question, c'est parfois une façon de ne pas répondre. Si c'est le cas, vous pouvez calmement reposer votre question.

**...et il y a les trucs du métier !!!**

**Montrez à votre interlocuteur que vous êtes attentif :**

Après avoir posé une question, manifestez votre intérêt pour la réponse. Pour cela vous pouvez le regarder dans les yeux, hocher la tête... Si vous vous y prenez de cette façon vous obtiendrez de meilleures réponses, avec une expression plus vivante de votre interlocuteur.

**Refusez des réponses lues :**

Certaines personnes, croyant bien faire, vont préparer des réponses écrites et se proposeront de vous les lire. Si vous acceptez, le résultat sera désastreux. Le discours de votre interlocuteur n'aura aucune spontanéité et sa voix paraîtra artificielle. Il faut prendre le temps de convaincre la personne de renoncer à son texte avant de commencer l'interview.

**Restez maître de votre interview :**

C'est vous qui menez l'interview. Ne vous laissez pas déstabiliser.



Coupez l'enregistrement quand votre interlocuteur vous prend le micro des mains. N'acceptez pas de vous faire dicter vos questions. En bref, soyez courtois en toute circonstance, mais ne courbez pas l'échine.

**Pensez au montage final pendant l'interview :**

Une bonne interview, c'est une interview dont on peut extraire de bons sons. Ecoutez les réponses avec des ciseaux de montage dans la tête.

**Vérifiez votre enregistrement :**

Avant de prendre congé, assurez-vous du nom, du prénom et de la fonction de votre interlocuteur et surtout réécoutez la fin de l'interview pour être sûr que vous avez une qualité d'enregistrement diffusable.



## Le travail de la voix

---

La voix est l'outil de travail du journaliste ou de l'animateur radio. C'est un instrument précieux, délicat, qui se soigne et s'entretient. La voix se travaille d'ordinaire avec un formateur spécialisé, mais chacun peut faire tout seul un certain travail de base.

**Faut-il avoir une bonne voix pour faire de la radio ?** Oui, mais de la même manière qu'il faut avoir un bon tambour pour faire de la percussion : un magnifique tambour entre les mains d'un mauvais musicien ne produira jamais de la bonne musique, et un mauvais tambour entre les mains d'un excellent musicien peut faire une très belle musique. Vous devez à la fois soigner le tambour et exiger beaucoup du musicien.

La première règle à l'antenne est de parler à quelqu'un de précis – même si cette personne n'est en fait presque jamais présente en studio. Elle n'est pas en studio, mais peut-être qu'elle vous écoute, là où elle se trouve. **Une** personne, et pas **plusieurs** personnes : quand vous parlez au micro, vous ne faites pas un discours à une foule, vous parlez à une seule personne à la fois. Alors, parmi toutes les personnes qui vous écoutent, à laquelle vous adressez plus particulièrement ? Vous pouvez la choisir, puisqu'en fait vous allez *imaginer* qu'elle vous écoute au moment précis où vous parlez. Mais vous ne parlez pas de la même manière à votre chef, à votre meilleur ami, ou à quelqu'un dont vous vous méfiez. Le ton de votre voix va changer. En choisissant la personne à laquelle vous imaginez que vous êtes en train de parler, vous influencez donc le ton de votre voix. C'est là-dessus que repose ce travail. « Choisissez » donc quelqu'un que vous respectez, à qui vous ne pouvez pas mentir, mais aussi que vous aimez bien, une personne avec laquelle vous êtes à l'aise. Vous pouvez, avec l'aide d'un formateur, « choisir » quelqu'un qui vous aidera à atténuer vos défauts à l'antenne. Par exemple, si vous avez tendance à parler trop vite et de manière un peu confuse, vous pouvez « choisir » quelqu'un de plus âgé que vous, qui n'entend peut-être plus toujours très bien : dans la vie, vous lui parlez un peu plus lentement et clairement qu'à vos amis. « Choisissez-le » comme interlocuteur privilégié, cela vous aidera à corriger votre défaut. Si vous avez un peu peur quand vous êtes devant le micro, faites comme si vous parliez à un ami très proche ou à un membre de votre famille: vous n'aurez plus aucune raison d'avoir peur.

Une autre règle est de vous réécouter de temps en temps. Écoutez quelques minutes d'un enregistrement de votre voix, puis essayez de vous trouver **une** qualité et **un** défaut. Ensuite, demandez à un formateur, ou à un collègue en qui vous avez confiance, de vous dire quelle serait à son avis votre première qualité et votre plus gros défaut à l'antenne. Très souvent, le formateur ou le collègue vous dira tout à fait autre chose que ce que vous imaginiez. C'est normal, nous ne nous entendons pas comme les autres nous entendent. **Ne cherchez jamais à corriger directement le défaut** dont on vous parle, par exemple à parler plus vite ou plus lentement. Contentez-vous de choisir votre « interlocuteur privilégié » de manière à vous corriger.



Vous devez parler à environ 20 cm du micro. Vous pouvez le placer légèrement de biais, pour éviter que la membrane ne reçoive trop de « coups de vent » lorsque vous prononcez des consonnes « explosives », comme les « P » ou les « T ».

Vous pouvez aussi, comme les chanteurs, **travailler un peu votre voix elle-même**. Ce sont les cordes vocales qui résonnent lorsque nous parlons, et comme n'importe quel muscle, il faut l'échauffer doucement avant de lui demander trop d'efforts. Commencez par des exercices d'articulation (vous pouvez lire les phrases ci-jointes, par exemple, ou en écrire vous-mêmes qui vous obligent à faire travailler votre mâchoire et à articuler). Après trois ou quatre minutes, vous pouvez lire un texte ou tout simplement dire ce qui vous passe par la tête d'abord en chuchotant, puis de plus en plus fort, jusqu'à ce que vous parliez très fort (mais sans crier !), puis vous parlez de nouveau de plus en plus doucement jusqu'à ce que vous chuchotiez de nouveau. Quelques minutes en tout, peut-être deux, peut-être cinq, avant de passer au micro, en studio, ou en travaillant votre texte : veillez à ne pas déranger vos voisins, mais ne craignez pas de prendre l'habitude de faire ces exercices.



# Troisième partie

## Les gestes professionnels

Les gestes professionnels, ce sont les gestes que l'on répète sans cesse dans un métier et que l'on perfectionne peu à peu. Les principaux gestes professionnels du journalisme radio peuvent être regroupés sous deux activités différentes, que pratiquent parfois les mêmes journalistes, ou dans lesquelles se spécialisent certains journalistes: la présentation et le reportage. Certains journalistes sont par exemple très doués pour présenter un flash ou un journal, mais moins à l'aise pour aller sur le terrain faire un reportage. Nous présentons dans les pages qui suivent, sous forme de fiches pratiques, ces gestes professionnels.



# Chapitre quatre

## les fiches pratiques :

### la présentation

---

#### Aperçu général

Présenter l'édition principale d'un journal ou d'un flash est un privilège extraordinaire: c'est raconter le monde, le présenter, en donner une image qui va rester dans la tête des auditeurs. C'est aussi une responsabilité immense.

Qu'il s'agisse d'un flash ou d'un journal, c'est d'abord un travail de sélection, de hiérarchie, et d'écriture. Ecrire pour être entendu exige beaucoup de technique et de discipline, qu'il s'agisse d'un flash ou d'un journal.

Dans les flashes, (informations courtes de deux ou trois minutes, d'ordinaire sans illustration sonore), l'on traite en moyenne de deux à cinq sujets. Chaque sujet prend 10 à trente secondes à l'antenne. Chaque sujet est construit de la même manière, avec l'information dans la première phrase, puis les réponses aux questions: qui, quand, quoi, où, et éventuellement un rappel d'une information déjà connue mais importante pour comprendre l'information.

Les éditions principales des journaux, qui durent 10 à 15 minutes, sont aussi d'abord un travail d'écriture qui suit les mêmes règles que le flash. Mais il y a aussi des interviews, des reportages, peut-être un débat en direct : le journal devient alors aussi un travail de mise en scène, comme dans une fable ou dans une représentation: il y a des événements qui se suivent, des personnages qui entrent en scène, qui ressortent de scène. Pour que l'auditeur comprenne facilement ce qui se passe, qu'il puisse suivre ce que le journaliste lui dit, le récit doit être bien construit, la mise en scène doit être bonne. Il faut donc aussi bien utiliser les matériaux que l'on a à sa disposition; si l'on dispose d'une interview très intéressante, agréable à écouter, mais peut-être pas très importante, il faudra la placer dans le journal à un endroit où elle relance l'intérêt, par exemple après une explication sur un sujet plus technique.

## La responsabilité du présentateur dans la sécurité

Le présentateur est le dernier rempart contre la diffusion d'une information inexacte, diffamatoire, ou inappropriée. A ce titre repose donc sur ses épaules une lourde responsabilité qui doit l'obliger à la vigilance. Dans le contexte particulier de Radio Okapi, on parlera de vigilance extrême.

### Sécurité et état de droit

La République Démocratique du Congo est un Etat dans lequel il n'existe pas encore d'institutions capables de garantir la liberté de l'information. Cela signifie qu'on ne peut pas y exercer le droit d'informer la population sans prendre des risques. Il faut remarquer qu'il n'existe aucun pays au monde où le droit à la liberté de l'information ne fait aucun doute. Mais en RDC, contrairement à d'autres pays, le souci de sécurité doit être omniprésent dans l'esprit de celui qui va dire les nouvelles à l'antenne. La responsabilité du présentateur en matière de sécurité doit s'exercer en direction de quatre catégories de personnes :

- **Sécurité du public**

Il ne faut jamais oublier que la diffusion d'une nouvelle provoque des réactions du public. Cela signifie non seulement qu'il faut vérifier l'exactitude des informations diffusées mais encore qu'il faut en estimer l'impact auprès des auditeurs. Beaucoup de nouvelles sont sensibles. Selon la catégorie du public, les réactions peuvent être très différentes à l'annonce d'une même information. En RDC, les auditeurs sont souvent les acteurs malheureux de l'actualité. La publication d'une information, même exacte, peut exacerber des sentiments négatifs et avoir des conséquences dramatiques. Les présentateurs de Radio Okapi doivent se demander quelles réactions la diffusion de chaque nouvelle peut provoquer dans le public.

- **Sécurité des sources**

Les personnes qui donnent des informations ne sont pas des professionnels des médias. Il arrive fréquemment que des personnes interviewées ne mesurent pas toutes les conséquences possibles de leur discours. Certains propos peuvent être dangereux pour celui qui s'exprime ou des tierces personnes. Par ailleurs, une personne interviewée peut être de mauvaise foi ou exprimer maladroitement certaines choses. Si, en écoutant un sujet, le présentateur du journal trouve que les propos tenus sont potentiellement dangereux, il doit se renseigner pour vérifier ce qu'il en est auprès du reporter ou d'un membre de l'encadrement.

- **Sécurité des reporters**

En principe les reporters de Radio Okapi sont les premiers concernés par leur propre sécurité. Pourtant il est arrivé souvent que des reporters de Radio Okapi soient menacés, molestés, mis en prison voire maltraités. Un reporter ne mesure les choses que par rapport à son reportage, au contexte de la région où il travaille. Le présentateur a une vision plus globale des choses, il a des indicateurs supplémentaires pour mesurer les risques. Emettre un doute sur la sécurité du reporter en cas de diffusion de son sujet, ce n'est pas mettre en doute la qualité du travail d'un confrère, mais c'est porter sur lui un regard bienveillant.

- **Sécurité du présentateur**

Le présentateur est un personnage public, il est l'intermédiaire entre l'information et les auditeurs. Cette exposition publique du présentateur peut lui attirer des animosités des autorités ou d'autres catégories d'auditeurs. Il est, de fait, responsable des propos qu'il tient ou qu'il répercute dans son journal. Parfois les informations peuvent être désagréables pour certaines personnes qui souhaiteraient qu'elles ne soient pas diffusées. Pour toutes ces raisons, le présentateur doit veiller à sa propre sécurité en mesurant soigneusement les propos tenus dans son journal.

### **Règles de sécurité**

La première garantie du présentateur, c'est d'être sûr de l'exactitude des informations qu'il diffuse. Pour cela il n'est jamais inutile de re-vérifier les choses en cas de doute. La manière de présenter les informations est tout aussi importante ; il faut impérativement s'en tenir aux faits et n'ajouter aucun commentaire ou jugement personnel. Il faut également faire preuve de rigueur et de sobriété dans la rédaction des textes et dans leur présentation. Il vaut mieux un excès de prudence qu'une légère imprudence aux conséquences parfois dramatiques. En cas de doute, il faut solliciter les confrères et au final s'en remettre à l'autorité du cadre responsable. C'est lui qui, en dernier recours, peut parfois choisir de retenir une information pour des raisons de sécurité.



### Avant de rédiger : lire, écouter et penser le rythme

Après la conférence de rédaction, chaque minute compte pour le présentateur. Il doit faire face à un impératif : être prêt à l'heure du journal. Cette obligation incontournable amène un réflexe malheureux : la rédaction prématurée des textes du présentateur. Voici quelques conseils pratiques préalables à la rédaction qui vous feront gagner du temps et réaliser un meilleur journal.

- **La première chose à faire est de relire les notes que vous avez prises pendant la conférence de rédaction.** Cela vous permettra de vérifier que vous avez bien compris ce qui a été décidé pendant cette réunion. Grâce à cette relecture, vous pourrez vérifier également quels sont les éléments ou informations qui vous manquent ou qui sont incomplets.
- **Inscrivez sur une liste les tâches à accomplir jusqu'au journal.** Vous devez écrire ces éléments dans un ordre logique. Il s'agit ici de faire une sorte de « check list » de votre journal, sur le modèle de celle utilisée par l'équipage d'un avion avant le décollage. Vous pourrez barrer la liste au fur et à mesure de l'accomplissement des différentes tâches.
- **Lisez la note de liaison rédigée par votre confrère, présentateur de l'édition précédente.** De la même façon lisez le script de son journal. Si vous n'avez pas pu écouter l'édition précédente en direct, procurez-vous une copie et écoutez-la.
- **Lisez les lancements des reportages qui sont déjà en boîte.**
- **Ecoutez attentivement les sons qui sont disponibles.** Notez les débuts et les fins de chaque son pour vous aider à rédiger les lancements. Notez la durée de chaque son.
- **Communiquez avec les reporters.** Faites-vous préciser les choses qui vous interpellent à la lecture des lancements et à l'écoute des sons. Renseignez-vous pour savoir qui est sur le terrain et quand est-ce qu'ils vont rentrer. Téléphonnez aux correspondants des autres rédactions pour vérifier que vous avez bien tous les éléments.
- **Enfin pensez au rythme et à l'équilibre du journal.** Avant de commencer à rédiger, ayez une idée précise de la forme finale de votre journal. Pour cela, posez-vous quelques questions : Est-ce que vous avez assez d'informations en bref ? Est-ce que vous n'avez que des papiers-plus-son ? Avez-vous des informations pour chaque grande région du pays ? N'avez-vous pas trop de sujets politiques et rien sur la vie quotidienne ?

## Le journal en édition principale:

### Le chapo, ou lancement ou intro

#### Définition :

Le lancement est un texte rédigé par le présentateur qui permet de « lancer », c'est-à-dire d'introduire un sujet pendant un journal.

#### Durée d'un lancement

Un lancement dure en moyenne une vingtaine de secondes, soit un minimum de trois phrases et un maximum de cinq ou six phrases.

#### Structure d'un lancement

Un lancement est structuré en trois parties

- **1<sup>ère</sup> partie : La phrase d'accroche qui contient l'information d'actualité.**  
Pour déterminer qu'elle est l'info d'actualité, il existe une technique toute simple. Il faut se poser la question suivante : « quelle est l'information nouvelle ? » 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.
  
- **2<sup>ème</sup> 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. Pour être sûr que vous n'avez rien oublié utilisez les 5 W : who, when, where, what, why ;en français : qui, quand, où, quoi et pourquoi. Pensez à vérifier que votre lancement réponde bien à ces cinq questions.
  
- **3<sup>ème</sup> partie : la phrase qui présente l'angle sous lequel le sujet a été traité.**  
Le reporter, chaque fois qu'il réalise un sujet, peut le faire selon des « angles », des éclairages différents. Prenons par exemple un reportage sur le début d'un procès. Voici différents angles possibles :
  - le portrait de l'accusé sous forme de papier.
  - le rappel des faits qui ont amené à ce procès, sous forme de papier.
  - une interview croisée des avocats des victimes et de l'accusé.
  - etc.

## **Exemple de lancement**

- **1<sup>ère</sup> partie :**

Le procès des assassins présumés de Laurent Désiré Kabila débute ce matin à Kinshasa.

- **2<sup>ème</sup> partie :**

Ce premier jour sera consacré à la lecture de l'acte d'accusation. Les accusés resteront enfermés à la prison de Makala pendant toute la durée du procès.

- **3<sup>ème</sup> partie :**

Le principal accusé est Eddy Kapend, l'ancien chef d'état major du président Kabila. Son portrait nous est présenté par notre reporter Paul L.





## La brève

### Définition d'une 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

Comme son nom l'indique, une brève tient en quelques lignes. 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

- **1<sup>ère</sup> partie : La phrase d'accroche qui contient l'information d'actualité.**  
Pour déterminer qu'elle est l'info d'actualité, il existe une technique toute simple. Il faut se poser la question suivante : « 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.
- **2<sup>ème</sup> 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. Il existe un truc élémentaire pour être sûr que vous n'avez rien oublié : 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 journal en édition principale:

#### Les titres du journal

- **Définition des titres du journal :**

Les titres sont les informations principales qui vont être développées dans le journal et que le présentateur choisit de valoriser en les plaçant au début de son édition.

- **A quoi servent les titres du journal ?**

Si votre journal est une boutique dont vous êtes le vendeur, les titres en sont la vitrine. Cette image signifie que les titres sont ce que l'auditeur entend en premier et que ce sont eux qui doivent le convaincre de rester à l'écoute de votre journal. Les titres du journal jouent le même rôle que la première phrase d'un lancement ou d'une brève : ils donnent l'information principale tout en accrochant l'attention de l'auditeur.

- **Quels sujets choisir pour faire les titres ?**

Comme les titres doivent valoriser le journal, il est indispensable de « vendre l'ouverture », c'est-à-dire de mettre en avant le premier sujet qui sera développé dans le corps du journal.

Il peut être également intéressant de mettre en avant un sujet qui n'est pas d'une actualité brûlante, mais qui est original. Parfois enfin, on peut titrer sur le sujet de fin de journal, par exemple parce qu'il est plus léger.

- **Comment rédiger les titres du journal ?**

Pour une question de rythme, les titres doivent être rédigés en une ou deux phrases. La première phrase accroche l'auditeur en donnant l'information. La seconde phrase, si on a recourt à cette option, conclut le titre en vendant l'angle choisi pour traiter l'info.

- **Combien de titres rédiger ?**

Il faut un minimum de trois titres, sinon le journal va paraître pauvre aux auditeurs. Le maximum sera de cinq titres, parce qu'il faut choisir les informations principales et pas faire une liste exhaustive des 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 seconde.

- **Quand faire les titres ?**

La plupart du temps le présentateur rédige ses titres en dernier. Dans un journal d'actualité, il faut se tenir prêt à rajouter une information de dernière minute. Si cette info est capitale, il faut bien sûr la donner en titre. Il vaut donc mieux rédiger les titres ½ heure avant de passer à l'antenne

- **Comment valoriser les titres auprès des auditeurs ?**

Il faut bien les choisir et bien les rédiger. L'habillage joue également un grand rôle. Ainsi il faut placer un jingle avant les titres et une virgule à la fin. Les titres peuvent également 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.



## La hiérarchie du journal

### Définition

La hiérarchie, c'est l'ordre dans lequel le présentateur d'un journal va donner les informations. 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.

### Comment hiérarchiser son journal ?

Il existe plusieurs méthodes et avec l'expérience, chaque présentateur met au point sa propre technique. Une technique facile à appliquer consiste à examiner chaque information selon **trois critères**.

#### 1) La fraîcheur de l'information.

Plus l'information est récente, plus elle remonte dans la hiérarchie du journal. Cette notion de temps est fondamentale pour hiérarchiser votre journal et ce pour deux raisons. La raison la plus importante est qu'un journal traite de l'actualité du jour, c'est à dire des événements qui se passent le jour même. Il s'agit de « coller » à l'événement, de raccourcir le délai entre l'événement et son récit dans votre journal. Ce qui intéresse vos auditeurs, ce sont les faits du jour, pas ceux de la veille ou de la semaine dernière. La seconde raison, c'est que la fraîcheur de l'information est un critère objectif, indiscutable. On peut trier les informations dans un ordre chronologique sans se tromper, ni prêter le flanc à la critique.

Les deux autres critères pour hiérarchiser un journal sont subjectifs et peuvent donc être sujets à discussion.

#### 2) L'intérêt de vos auditeurs pour l'information.

Plus l'information intéresse vos auditeurs, plus elle remonte dans la hiérarchie du journal. Il s'agit ici d'un critère subjectif. Vous ne pouvez pas demander à chacun de vos auditeurs ce qu'il pense de chacune des informations de votre journal. Impossible d'avoir des certitudes, mais ce critère reste très important. Pour bien utiliser ce critère, vous devez connaître vos auditeurs et leurs centres d'intérêts.

#### 3) L'importance de l'information.

Plus l'information est importante, plus elle remonte dans la hiérarchie du journal. C'est également un critère subjectif. C'est avec ce critère que s'exerce

votre responsabilité face à l'information. C'est votre critère, et celui de l'équipe dont vous faites partie. Pour pouvoir plus facilement juger de l'importance d'un sujet, fiez-vous à la ligne éditoriale de votre radio. Par exemple, en ce qui concerne Radio Okapi, tous les sujets qui traitent du processus de paix sont importants, puisque que cette radio a été créée pour accompagner le processus de paix.

Vous devez examiner chacune des informations de votre journal avec ces trois critères.

### **L'ouverture du journal**

Cet examen doit aboutir à un choix de votre part : **le sujet d'ouverture**. C'est à dire la première information traitée dans votre journal. Une fois que vous avez déterminé votre sujet d'ouverture, 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.



## Le journal en édition principale:

### L'habillage du journal

#### Définition

L'habillage du journal est constitué de brefs éléments sonores. Cet habillage à deux fonctions :

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

#### Quels sont 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 Madidi ».
- 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. Par exemple, si vous ouvrez votre journal par deux sujets politiques et que vous enchaînez sur deux sujets économiques, vous pouvez placer une virgule à la fin du 2eme sujet politique. Cette virgule montre que le chapitre politique du journal est maintenant terminé et elle permet également de relancer l'attention des auditeurs sur les sujets économiques.
- 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.

## Le journal en édition principale:

### Le conducteur

#### Définition :

Le conducteur est le document rédigé par le présentateur qui va permettre au technicien de mettre en onde le journal ou l'émission. C'est le mode d'emploi de la diffusion du journal.

- **Quand rédiger un conducteur ?**

Il faut rédiger le conducteur une fois que tous les textes sont écrits, que la hiérarchie des informations a été établie, que les différents éléments sonores sont identifiés et que l'habillage a été posé. Le conducteur est le tout dernier document rédigé avant le passage à l'antenne.

- **Comment rédiger un conducteur ?**

L'utilisateur du conducteur, c'est le technicien qui réalise le journal ou l'émission. Le conducteur doit donc indiquer simplement et très précisément les différents éléments dans l'ordre de leur passage à l'antenne : son/ papier/ lancement/ brève/ habillage. Le conducteur doit indiquer également les différentes sources que le technicien va devoir utiliser : micro/MD/téléphone/CD/fichier son/etc.

Exemple de conducteur d'un journal de 10 minutes

source	contenu	durée
MD 1 page 3	Jingle début journal	10 secondes
Micro 1	Titres journal (4 titres)	40 secondes
MD 1 page 4	Virgule fin titres	2 secondes
Micro 1	Lancement procès Mbandaka	15 secondes
Téléphone (02 36 54 28)	Paul K. en direct palais justice	1 minute
Micro 1	Pied procès	10 secondes
Micro 1	Brève accident Bukavu	20 secondes
MD 1 page 5	virgule	2 secondes
Micro 1	Lancement élections Goma	20 secondes
MD 2 page 1	Son élection	56 secondes
Micro 1	Brève MLC Gbadolite	15 secondes
Micro 1	Lancement choléra Kalémie	20 secondes
MD 2 page 2	Nicole L. Papier choléra	1 minute
MD 1 page 5	virgule	2 secondes
Micro 1	Lancement Kabila	15 secondes

Micro 2	Paul L. Papier Kabila.	1 minute
Micro 1	Brève hôpital	20 secondes
Micro 1	Lancement école Kananga	20 secondes
MD 2 page 3	Enrobé école Kananga	2 minute
Micro 1	Au revoir	30 secondes
MD 1 page 6	Jingle fin journal	6 secondes
		Durée totale : 10 minutes 03





### La mise en bouche, l'entrée dans le studio

Dans la journée de travail du présentateur, il y a un moment clef qui est trop souvent négligé : c'est l'intervalle entre la fin de la rédaction du journal et l'heure de l'édition. Ce sont quelques minutes qui peuvent faire la différence entre un journal bâclé et un bon journal.

Le conducteur doit absolument être prêt une dizaine de minutes avant l'antenne.

Mettez à profit ces dix minutes pour en faire un sas entre les deux temps forts que sont la rédaction et la présentation du journal.

Relisez à voix haute votre journal. Mettez-vous chaque texte en bouche. Changez un mot ou une expression si vous avez du mal à les prononcer. Indiquez les respirations. Repérez les passages difficiles. Annotez le texte sans le surcharger. Vous allez entrer en scène pour une représentation unique : vous devez travailler l'interprétation de votre journal.

Vérifiez qu'il ne vous manque aucun élément. Le journal doit être complet, les pages numérotées, vous devez avoir en mains le conducteur et les éléments sonores clairement identifiés.

Donnez le conducteur et les éléments sonores au technicien. Ne vous y prenez pas au dernier moment. Le technicien doit préparer l'habillage, caler les éléments sonores, lire et comprendre le conducteur. Prenez la peine de relire le conducteur avec lui. Signalez tout ce qui est inhabituel : un son enregistré faiblement, un reportage qui se termine bizarrement, une intervention par téléphone en direct d'un correspondant, la présence d'un invité qui va nécessiter un deuxième micro dans le studio, etc.

Mettez-vous à l'aise, accordez-vous une petite pause. Même une toute petite minute pour vous rafraîchir, boire un verre d'eau.

Entrez dans le studio, réglez votre fauteuil, mettez le casque, vérifiez avec le technicien que votre micro est bien réglé, que vous avez les ordres et le retour de l'antenne. Laissez-vous porter par la fin de l'émission précédente et par le petit pincement au cœur quand le rouge du direct s'allume pour vous. C'est parti.

## Le flash radio

### Définition

Le flash est un rendez-vous d'actualité, comme le journal. Sa fonction est donc également de donner les nouvelles aux auditeurs. Il existe pourtant d'importantes différences entre le flash et le journal radio.

### Durée du flash

Première particularité caractéristique du flash : sa durée. Un flash est un rendez-vous d'actualité très court. C'est d'ailleurs cette brièveté qui vaut son nom au flash. Une radio FM faisait récemment la publicité de ses flashes en disant qu'ils offraient aux auditeurs « *Le tour du Monde en 90 secondes* ». Un flash dure une ou deux minutes.

### Fréquence

Autre élément fondamental, la fréquence des flashes. Ils sont beaucoup plus nombreux que les journaux. Le flash est traditionnellement un rendez-vous horaire. Cela signifie que chaque nouvelle heure de programme commence par un flash. Dans une grille classique de radio généraliste, on compte une dizaine de flashes horaires du matin jusqu'au soir. Certaines radios programment des flashes toutes les demi-heures, voire même tous les quart d'heures pour les radios d'information continue. L'auto-promotion de France Info dit par exemple « *France Info, l'info toutes les sept minutes* ».

### Forme rédactionnelle

Comparée aux journaux, la forme rédactionnelle des flashes est pauvre. Un flash est constitué uniquement de brèves. La seule marge de manœuvre du présentateur pour travailler sur le rythme de son flash, c'est de varier la longueur des brèves. Certaines informations sont dites en cinq secondes et on peut exceptionnellement dépasser les vingt secondes pour les infos les plus longues. Un flash permet de donner au maximum une dizaine d'informations.

### Contenu éditorial

Toutes les caractéristiques que nous venons de voir déterminent en grande partie le contenu éditorial du flash, c'est à dire la nature des informations que le présentateur doit choisir.

- Parce qu'un flash est court, il ne fait que survoler l'actualité. Seules les informations les plus importantes, incontournables, ont leur place dans un flash.

De la même façon, parce que chaque information n'est développée que sous la forme d'une brève il faut aller à l'essentiel. On n'a pas le temps de s'appesantir sur un sujet dans un flash. Il est impossible d'y développer une analyse, ou d'y faire un commentaire. Il faut rester très factuel.

- Rien ne vous empêche, par contre, d'annoncer dans un flash du matin que l'information du jour sera développée dans le journal de la mi-journée sous la forme d'un dossier complet.
- En effet, comme on l'a vu également, la grille d'une radio contient de nombreux flashes. On peut donc les utiliser pour annoncer des rendez-vous d'actualité importants. Par exemple, le flash de 11heures du matin peut permettre de mettre l'accent sur le grand rendez-vous d'information de la mi-journée entre 12h et 13h.
- De la même façon, parce que le flash est une ponctuation très régulière de la journée, il doit privilégier la fraîcheur de l'information. Une information qu'on apprend à 9h45 doit avoir sa place dans le flash de 10h, parce qu'elle est très fraîche. Cette même information peut très bien ne pas apparaître dans le journal de 13h, parce qu'elle n'est pas capitale.



# Les gestes professionnels : le reportage



## Aperçu général

Sans reportage, il n'y a pas de journalisme. Cela ne signifie pas que le reportage soit le seul geste professionnel pratiqué par les journalistes, il en existe de nombreux autres. Mais le reportage est le geste professionnel premier, le geste de celui qui va chercher l'information là où elle se trouve : sur le terrain.

Le reporter est donc un journaliste qui va couvrir les événements d'actualité pour les retransmettre aux auditeurs. Pour cela il doit préparer sa sortie, se documenter sur le sujet, préparer son équipement, choisir ses interlocuteurs, prévoir ses angles de traitement du sujet.

Sur le terrain, le reporter fait preuve d'initiative, de pugnacité pour trouver les bons interlocuteurs, poser les bonnes questions, observer et noter les informations les plus significatives. L'outil du reporter radio, c'est le son. Il sait enregistrer une interview, prendre de l'ambiance, ramener des éléments sonores bien modulés.

La transformation de la matière brute, des enregistrements et des notes en reportage diffusable est un travail d'orfèvre :

Sélectionner l'extrait d'interview le plus significatif pour éclairer les auditeurs avec un son

Rédiger un papier d'une minute sur un angle significatif

Construire un papier-plus-son qui combine les extraits d'interviews et les textes pour produire un reportage élaboré

Le savoir faire du reporter s'exprime pleinement dans cette phase de mise en forme.

Enfin, un reporter expérimenté veillera tout particulièrement à transmettre son sujet dans les meilleures conditions aux auditeurs. Pour cela il dispose d'un outil de liaison avec le présentateur du journal : le lancement, ou chapeau, ou intro. Un lancement bien rédigé mettra en valeur un sujet et saura mobiliser l'attention des auditeurs.



## Conseils pratiques relatifs à la sécurité des journalistes de Radio Okapi

Les journalistes de Radio Okapi travaillent dans un environnement difficile. Ils doivent être vigilants et intègres dans l'exercice quotidien de leur travail.

### Préparation du reportage :

- **Informé :**

Informez les supérieurs et les collègues sur le but de votre déplacement, dites-leur où vous allez et par quel chemin vous y allez, la raison de votre reportage, les contacts que vous avez sur le terrain, les interlocuteurs que vous allez rencontrer et l'heure probable de votre retour.

Discutez entre collègues pour évaluer les risques. Si vous estimez qu'il existe des risques d'être pris à partie, évitez de partir seul en reportage.

- **Vérifier :**

Vérifiez l'état de votre matériel d'enregistrement ( enregistreur et mini-disc) et de vos moyens de communication ( téléphone cellulaire ou liaison HF).

- **Matériel à prendre avec vous :**

Prenez avec vous vos pièces d'identité, votre badge MONUC. Gardez sur vous une somme d'argent nécessaire à utiliser en cas de besoin.

- **Matériel à ne pas prendre :**

Ne prenez aucun autre papier, enregistrement, photo ou autres documents que ce qui vous est nécessaire pour le déplacement ; ne prenez pas votre carnet d'adresse (notamment électronique).

Ne portez jamais d'habits de camouflage, d'armes ; ne prenez pas d'effets pouvant vous mettre dans l'embarras, tels jumelles, appareil photo, camera.

Ne transportez pas de colis ni de lettre pour les tiers.

### Pendant votre déplacement

Si possible, évitez de vous déplacer en compagnie de militaires ou de personnes en uniforme.

Évitez de vous déplacer la nuit, sauf si vous ne pouvez pas faire autrement.

Au passage d'un checkpoint, restez courtois et amicaux. N'ayez pas d'attitude arrogante. Ne descendez de votre véhicule que si on vous le demande.

Si quelqu'un manifeste de l'hostilité envers vous : restez calme, essayez de gagner du temps. Discutez, demandez à parler aux supérieurs. Ne perdez pas votre sang

froid. Donnez toujours l'impression de bien savoir où vous êtes, surtout si ce n'est pas le cas.

Si l'échange se prolonge, avertissez vos supérieurs par liaison HF ou téléphone que vous pourriez être en difficulté et indiquez précisément l'endroit où vous vous trouvez. Précisez que vous appellerez dès que vous êtes sorti d'affaire.

Sur le terrain, si vous êtes menacé par des individus armés qui exigent de vous, sous la menace, la disquette sur laquelle vous avez enregistré votre reportage, donnez-la. Ne prenez pas le risque de mettre en danger votre intégrité physique.

### **En cas d'interpellation ou d'arrestation**

Protestez fermement. Dites à ceux qui vous retiennent que beaucoup de monde sait où vous êtes (MONUC, autorités, police, armée, ONG). Ne prenez pas vos interlocuteurs à partie, ne haussez pas le ton, essayez plutôt de les convaincre que vous êtes en mission professionnelle.

Dites à vos interlocuteurs que votre travail est celui d'informer. Ne discutez pas de sujets politiques, n'affichez jamais de parti pris, ne vous présentez pas en donneur de leçons ou de morale.

Essayez d'identifier le leader dans un groupe et entrez en contact avec lui pour engager des négociations, si nécessaire. Essayez d'établir un dialogue, sans agressivité ni provocations. Ne croyez pas aux menaces, ni aux promesses d'être relâché. Discutez. Exigez que vos interlocuteurs prennent contact avec la MONUC. Si les négociations s'allongent, les chances d'un dénouement positif augmentent. N'utilisez pas la violence et n'essayez pas de fuir.

### **Lorsque vous êtes sorti d'affaire**

Informez immédiatement votre Rédaction que vous êtes hors de danger. A votre retour, décrivez l'incident en quelques lignes (lieu, heure, circonstances, interlocuteurs, dénouement) et remettez votre rapport à votre responsable.



### Préparer une sortie en reportage

Les quelques règles qui suivent peuvent vous éviter bon nombre de soucis une fois que vous serez sur le terrain, en reportage.

#### Maîtrisez le sujet.

Lisez les dépêches, les communiqués et les dossiers de presse. Procurez-vous les articles qui ont déjà été écrits par des confrères. Assurez-vous que vous comprenez bien de quoi il retourne. Avant de prétendre apporter de nouveaux éléments, il faut déjà bien connaître le sujet. 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 faut-il mettre en valeur ? De quelle façon faut-il éclairer le sujet pour le rendre compréhensible ? Qu'est-ce qui intéresse vos auditeurs ? Il est impératif de se poser ces questions avant de sortir en reportage. Vous pouvez vous faire aider par l'ensemble de la rédaction pour trouver les bons angles pour traiter votre sujet. Le bon moment pour cela, c'est la conférence de rédaction.

#### Choisissez les bons interlocuteurs.

Qui allez-vous solliciter pour les interviews ? Il existe deux catégories d'interlocuteurs pour tous les sujets :

- Les acteurs : ceux qui sont concernés directement par l'événement et qui peuvent raconter, décrire, témoigner.
- Les experts : leur connaissance du sujet les rend crédibles si bien qu'ils peuvent expliquer, analyser, commenter.

#### Préparez vos interlocuteurs à l'interview.

Assurez-vous que vous allez bien trouver vos interlocuteurs. Pour cela, sauf circonstances particulières où la surprise est nécessaire, prenez rendez-vous. Expliquez aux personnes que vous allez rencontrer que vous êtes journaliste, que vous travaillez pour Radio Okapi. Précisez bien que vous souhaitez une interview et expliquez comment elle va être utilisée.

**Faites une liste de questions.**

Ne rédigez pas mot pour mot votre interview, mais préparez tout de même un canevas sous la forme de quelques notes qui reprennent les angles que vous voulez exploiter et les informations que vous souhaitez obtenir.

**Vérifiez le matériel de reportage.**

Votre équipement de prise de son doit fonctionner. Vérifiez la qualité de l'enregistrement. Testez les batteries. Assurez-vous que vous avez un MD de rechange.





### L'angle

#### Définition de la notion d'angle journalistique :

La notion d'angle renvoie au traitement journalistique appliqué à un reportage. Un journaliste peut mettre en valeur différents aspects ou angles d'un même sujet. Chaque information peut être prise, présentée, envisagée, vue, sous différents angles.

#### L'angle, un choix journalistique :

Ce qui fait la différence entre un bon reportage et une prestation banale, c'est bien souvent l'angle choisi par le reporter. Tous les jours, les médias concurrents traitent les sujets importants. Sur un même sujet chacun pourra constater que le résultat est différent d'une radio à l'autre. Tout dépendra de l'angle choisi pour traiter le sujet. Si ce choix a été pertinent, le reportage sera intéressant ; si l'angle est banal le reportage sera quelconque.

#### L'angle : une réponse aux contraintes pratiques du métier de journaliste :

Tous les journalistes le savent : il est très difficile de se limiter à une minute pour un papier. Impossible de donner toutes les informations dans un délai aussi bref. En réalité, l'exhaustivité est impossible dans le temps d'un reportage. Dès lors, il est préférable pour le journaliste d'assumer cette contrainte et de la transformer en atout. Le choix d'un bon angle compense largement le délai limité imposé à votre reportage.

Enfin, rien ne vous interdit de traiter votre sujet sous deux angles différents et de proposer un des angles au journal du soir et le second au journal du lendemain matin.

#### Quand déterminer l'angle d'un sujet ?

Le moment pour choisir un angle de traitement d'un sujet, c'est la conférence de rédaction. Pendant une bonne conférence de rédaction, on ne se contente pas de dresser la liste des sujets du jour. Il faut également se demander comment on va traiter chaque sujet. Qu'est ce qui intéresse les auditeurs dans ce sujet ? Qui sont les bons interlocuteurs pour une interview ? La meilleure façon de répondre à ces questions, c'est de les discuter en équipe pendant la conférence du matin. Le résultat d'un reportage sera bon si l'angle du sujet a été bien discuté et compris dès le matin.

## Exemples d'angles

Prenons un sujet d'actualité : un incendie fait rage dans un quartier de Kinshasa, les maisons et les commerces sont en flamme. Sous quel angle allons-nous traiter ce sujet ? Voici quelques exemples parmi d'autres :

- 1<sup>er</sup> angle possible : Envoyer un reporter sur place qui nous appellera dans le journal pour décrire l'incendie. Traitement : un papier en direct par téléphone
- 2<sup>ème</sup> angle possible : Faire un bilan matériel et humain : combien de morts, de blessés, comment s'organisent les secours, où peut-on se renseigner sur sa famille, combien de rues, de maisons sont touchées, etc. Traitement : un extrait d'interview d'un responsable
- 3<sup>ème</sup> angle possible : Expliquer ce qui s'est passé. Quand et où le feu a démarré ? Pour quelle raison ? Est-ce un incendie criminel ou accidentel ? Traitement : un papier dans le studio.

On voit dans cet exemple qu'il est possible de choisir parmi de multiples angles. On peut également traiter plusieurs angles pour varier les reportages d'une édition à l'autre. Enfin, si l'événement est très important, on peut lui consacrer plusieurs angles dans une même édition et constituer un dossier.

### La prise de son

Un reporter doit être capable de réaliser de bonnes prises de son. La meilleure interview du monde enregistrée de façon inaudible est inutilisable. L'essentiel du travail du journaliste radio ce n'est pas la prise de son, mais cette technique doit lui être parfaitement naturelle.

#### Savoir enregistrer un son bien modulé.

Le reporter n'est pas un technicien, il doit pourtant connaître suffisamment bien son matériel d'enregistrement pour obtenir un son de bonne qualité. La qualité d'un son dépend de sa modulation, c'est à dire de son niveau d'enregistrement. Si le niveau d'enregistrement est trop faible, **le son est sous-modulé**. A l'écoute, un son sous-modulé s'entend à peine : si on pousse le volume, on entend beaucoup de souffle. Si le niveau d'enregistrement est trop fort, **le son est saturé**. Un enregistrement sous-modulé comme un enregistrement saturé est inaudible, inutilisable.

#### Avant de quitter la rédaction.

- Le reporter doit savoir régler son matériel d'enregistrement pour avoir une bonne modulation.
- Il doit vérifier son matériel avant de quitter la rédaction. Pour cela il faut faire un test d'enregistrement, réécouter ce test pour vérifier la qualité de la modulation. Le reporter doit également tester les piles ou les batteries de son équipement pour être sûr de ne pas tomber en panne.
- Enfin il doit s'assurer qu'il a un mini-disk de rechange.

#### Sur le terrain

- Pendant l'enregistrement d'une interview, la première question, qu'on appelle « question météo », sert à régler le niveau d'enregistrement. Exemple : « Bonjour, vous ne trouvez pas qu'il fait frais aujourd'hui » ? Il vaut mieux éviter de poser la question fondamentale de l'interview en premier et risquer de louper l'enregistrement.
- Le réglage du niveau d'enregistrement se fait sur la voix de la personne interviewée et pas sur la voix du reporter.
- Le reporter doit tenir le micro à 20 cm de la bouche de son interlocuteur.
- Il est nécessaire de ramener le micro vers soi pour enregistrer ses propres questions avec la même modulation sonore que le reste de l'interview.

- Une voix peut changer en cours d'interview, n'oubliez pas de vérifier la modulation d'un coup d'œil toutes les 30 secondes, sans interrompre l'interview.
- Enfin il ne faut surtout pas oublier de vérifier la qualité de l'enregistrement après l'interview. Si cet enregistrement n'est pas diffusable, il vaut mieux s'en rendre compte sur le lieu du reportage et avoir le temps de recommencer plutôt que de s'en rendre compte de retour à la rédaction et devoir expliquer qu'il n'y aura pas de reportage.
- Avoir les écouteurs sur les oreilles permet de suivre la qualité de l'enregistrement en cours d'interviews et permet d'éviter ces problèmes.

## **Ambiance**

La voix des personnes interviewées n'est pas la seule matière sonore que le reporter peut enregistrer. Il faut également penser aux sons d'ambiance, qui peuvent améliorer la qualité des reportages. Le reporter peut utiliser l'environnement sonore pour créer des images dans l'esprit des auditeurs. Par exemple faire une interview « en situation », avec une illustration sonore en fond d'interview. Prenons le cas de l'interview d'un instituteur. Si vous réalisez l'enregistrement dans la cour, vous aurez les ambiances sonores de l'école (les élèves, les autres enseignants etc.) en fond d'ambiance.

Il est également possible d'enregistrer des sons d'ambiance sur d'autres pistes que les interviews et de faire un mixage au moment du montage.

Enfin attention, si vous enregistrez une interview dans un environnement excessivement sonore, l'ambiance peut couvrir votre interview et la rendre inutilisable. Avec une ambiance très bruyante, (manifestation, stade de foot, etc.) vous pouvez tourner le dos au bruit pour faire barrage avec votre corps entre l'excès d'ambiance et le micro. Il est nécessaire de se placer tête-contre-tête avec la personne interviewée, puis de rapprocher le micro très près et de moduler faiblement la prise de son.



## Le son

### Définition d'un son.

Un son est un extrait de moins d'une minute d'une interview réalisée pendant un reportage. Un son répond à une question, à un angle d'un sujet. Ainsi à partir d'une même interview, le reporter peut monter plusieurs sons qui correspondront à des angles différents.

### Quand faire un son ?

Le propre du média radio, c'est qu'il permet à vos interlocuteurs d'être entendus directement par vos auditeurs. Cette possibilité de contact direct est une des grandes forces de la radio. Grâce au son, vos auditeurs peuvent entendre les acteurs de l'actualité. Il faut donc privilégier le son dans le traitement de l'actualité. Ce qui fera la différence, d'une radio à l'autre à propos d'un même sujet, ce sera bien souvent la qualité des sons diffusés. Pensez toujours à trouver le meilleur son possible quand on vous confie un reportage. Sauf en des circonstances très exceptionnelles, il ne faut jamais utiliser un son pour permettre à un personnage officiel de faire un compte-rendu d'une réunion. Il s'agirait là d'une abdication à notre responsabilité journalistique. Il revient au journaliste de raconter l'événement et de mettre cette déclaration en perspective.

### Il existe différents types de sons

Lorsqu'on cherche des contacts pour réaliser les interviews d'un reportage, on est confronté à deux sortes d'interlocuteurs possibles :

- Les acteurs de l'actualité : ceux qui sont concernés directement par l'événement et qui peuvent raconter, décrire, témoigner.
- Les experts : leur connaissance du sujet les rend crédibles, si bien qu'ils peuvent expliquer, analyser, commenter.

S'il est toujours possible de reprendre dans un papier l'analyse d'un expert, c'est loin d'être toujours vrai pour les acteurs de l'actualité. Voilà pourquoi il faut toujours les privilégier pour faire des sons. Ils sont irremplaçables dans un reportage. Ils apporteront à vos auditeurs un contact direct avec l'événement. Un seul bon témoignage et toute la dimension humaine d'un reportage sera là. Cela tient au moins autant au contenu émotionnel (les intonations, les ambiances), qu'au contenu informatif des propos tenus.

## **Comment monter un son ?**

Un son vient illustrer un angle précis choisi pour votre reportage. Ce n'est donc pas un résumé de l'interview mais un extrait que le reporter juge significatif. Pour monter un son, il faut commencer par l'isoler, c'est-à-dire trouver l'attaque et la chute (le début et la fin de votre futur son). Lorsque cette première étape est menée à bien vous pouvez monter votre son en détail. Pour cela il faut suivre quelques règles de bon sens. Ainsi un bon montage est un montage qui :

- Ne s'entend pas lorsqu'on écoute le son.
- Ne déforme pas les propos tenus à votre micro.
- Met en valeur l'idée défendue par la personne interviewée en allant à l'essentiel. Pour cela il faut couper les répétitions et les digressions pour rester au cœur du sujet.
- Rend le son clair et intelligible en supprimant les hésitations, bruits parasites et autres bafouillages.

## **Après le montage**

Vous devez identifier le sujet, le nom de la personne interviewée et la durée du son de façon à ce que le présentateur du journal puisse retrouver immédiatement votre son.



### Le papier radio

#### Définition :

Le papier radio est un produit de reportage. C'est un texte de moins d'une minute rédigé et lu par un journaliste. Ce texte rend compte d'un reportage. On utilise le terme « papier » par analogie avec la presse écrite où les reportages sont couchés sur le papier. Le papier radio se définit également par opposition à une autre forme de reportage : le son, c'est à dire un extrait sonore d'interview.

#### Quand faire un papier :

Deux facteurs peuvent vous amener 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.

#### Différents types de papiers :

Il existe deux types de « papiers » qui correspondent à deux exercices journalistiques bien différents.

- Le papier de desk. C'est un papier rédigé sans sortie en reportage. Le journaliste travaille dans la rédaction et il traite des informations qui lui viennent de différentes sources. Il utilise le plus souvent des dépêches d'agences de presse, des articles de journaux, des textes et documents divers. Le journaliste peut compléter ces informations en effectuant des recherches sur Internet et en utilisant le téléphone.
- Le papier de reportage. C'est le produit d'un reportage. Pour le réaliser, le reporter va collecter des informations sur le terrain. Il va observer, prendre des notes, poser des questions sur le sujet qui l'intéresse.

#### Avant de rédiger un papier

Vérifiez d'abord qu'il ne vous manque aucun élément et que vous maîtrisez le sujet. Ensuite, vous devez trier et organiser la matière que vous avez collectée. Concentrez-vous sur l'angle que vous devez traiter. Pour cela écarterez tout ce qui ne concerne pas cet angle. Préparez l'ordre dans lequel vous allez rédiger vos informations : il doit être logique et faciliter la compréhension des auditeurs. Choisissez soigneusement votre première et votre dernière information, pour préparer l'attaque et la chute de votre papier.

Enfin, mettez de côté les informations qui permettront au présentateur de lancer votre papier.

### **Rédiger le papier :**

Pour rédiger votre papier inspirez-vous de la fiche pratique *Règles de base de l'écriture radio*.

### **Après la rédaction du papier**

Mettez le papier en page pour un passage au micro. Utilisez un gros corps de caractère, utilisez un triple interligne, aérez le texte en fonction de son sens, notez les respirations. Un texte bien mis en page a toutes les chances d'être bien dit à l'antenne.

Enfin, si votre papier est issu d'un reportage sur le terrain, relisez-le en vous demandant : *est- ce que j'aurais pu écrire le même papier en restant dans la rédaction et en travaillant par téléphone ?* Si la réponse est oui, réécrivez le papier !!!





## Le papier-plus-son ou « enrobé »

### Définition du papier-plus-son

Le papier-plus-son est un produit de reportage élaboré. Il combine le papier c'est à dire un texte lu par le reporter et des sons, des extraits d'interviews.

### Durée du papier-plus-son

Un papier-plus-son peut faire jusqu'à deux minutes au maximum pour un journal d'actualité. Pour une émission magazine ce format peut-être élargi jusqu'à trois minutes. Ce sont donc des reportages longs, par rapport à la durée moyenne des reportages (moins d'une minute).

### Quand faire un papier-plus-son ?

Il s'agit d'un produit élaboré, long, qui suppose d'avoir plusieurs interlocuteurs pour les interviews et suffisamment d'informations à écrire dans le texte. Cela signifie que tous les sujets ne se prêtent pas à ce traitement. Choisir de traiter un sujet sous cette forme signifie que ce sujet est important dans l'actualité. C'est également une forme de traitement adaptée à des sujets plus « magazines », des histoires intéressantes à raconter mais qui ne sont pas reliées directement à un événement d'actualité. Dans un journal d'actualité de dix minutes, on devrait avoir un, parfois deux papiers-plus-son.

### Quelle est la structure d'un papier-plus-son ?

Le papier-plus-son est précédé d'un lancement écrit et lu à l'antenne par le présentateur. La structure classique du papier-plus-son comprend un texte au début, suivi d'un premier son, lui-même suivi d'un second texte qui introduit un second son, le sujet est conclu par un troisième texte. Voici un tableau avec des indications de durée de chaque élément pour un papier-plus-son de deux minutes.

Lancement	20 secondes
-----------	-------------

Papier	20 secondes
Son	30 secondes
Papier	20 secondes
Son	30 secondes
papier	20 secondes

## Comment réaliser un papier-plus-son ?

- Il faut d'abord choisir les personnes qui vont être interviewées. Il faut un interlocuteur pour chaque élément sonore. Selon le reportage, ces personnes doivent se compléter ou s'opposer.
- L'étape suivante, c'est le montage de ces interviews. Il faut monter les extraits les plus significatifs, chronométrer et noter les premiers et derniers mots de chaque élément.
- Ensuite il faut écrire les textes des papiers, en apportant des informations différentes de celles contenues dans les sons. Cette phase d'écriture va permettre également d'enchaîner les textes et les sons, voilà pourquoi il faut bien noter les débuts et les fins de chaque extrait d'interview. Quand les textes sont écrits, il faut les chronométrer pour vérifier la durée totale du papier-plus-son.
- L'avant-dernière étape consiste à enregistrer les textes des papiers.
- Enfin, la dernière étape, c'est l'assemblage des différents éléments dans l'ordre prévu.



### Vox pop ou micro trottoir

**Durée d'un Vox Pop :** 1mn et 30 secondes

**Définition d'un Vox Pop :** Un Vox Pop est un document sonore qui regroupe, grâce à un montage, les réponses d'une série de personnes à une même question.

**Qui s'exprime dans un Vox Pop ?** « Vox Pop », cela signifie en latin « voix du peuple ». Ce sont donc des gens ordinaires qui s'expriment dans un Vox Pop. Ce ne sont pas des ministres, des avocats, des directeurs, des généraux ou des évêques.

**Où faire un Vox Pop ?** Là où se trouvent les gens ordinaires : dans la rue, au marché, etc...

**Combien de personnes s'expriment dans un Vox Pop ?** Six personnes est une bonne moyenne. Chaque personne s'exprime en moyenne une quinzaine de secondes. 6 multipliés par 15 secondes = une minute et trente secondes.

**Comment faire pratiquement un Vox Pop ?** Il faut d'abord bien choisir une question. Ensuite il faut aller sur le terrain, au marché par exemple, et poser cette question à une série d'usagers du marché. Il ne faut pas poser plusieurs questions, vous ne faites pas une interview mais un Vox Pop. Il faut éviter de se présenter chaque fois au même endroit, à la même heure, pour éviter la redondance des opinions provenant de la même catégorie de gens.

**Comment présenter un Vox Pop ?** Un vox pop n'est pas un sondage et conséquemment ne doit avoir aucune prétention scientifique. Il faut éviter les formules du genre : « les gens de Kindu rejettent carrément cette option, comme en témoignent ces citoyens ».

## Le lancement ou chapeau ou intro

### Définition :

Le lancement est un texte qui permet d'introduire un sujet à l'antenne. La version finale du lancement est rédigée par le présentateur du journal. Néanmoins, le reporter doit rédiger lui-même un premier jet du lancement et le remettre au présentateur avec son sujet.

### Durée d'un lancement

Un lancement dure en moyenne une vingtaine de secondes, soit un minimum de trois phrases et un maximum de cinq ou six phrases.

### Structure d'un lancement

Un lancement est structuré en trois parties

- **1<sup>ère</sup> partie : La phrase d'accroche qui contient l'information d'actualité.**  
Pour déterminer quelle est l'info d'actualité, il existe une technique toute simple. Il faut se poser la question suivante : « quelle est l'information nouvelle ? » 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.
- **2<sup>ème</sup> 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. Pour être sûr que vous n'avez rien oublié utilisez les 5 W : who, when, where, what, why, en français qui, quand, où, quoi et pourquoi. Pensez à vérifier que votre lancement réponde bien à ces cinq questions.
- **3<sup>ème</sup> partie : la phrase qui présente l'angle sous lequel le sujet a été traité.**  
Le reporter, chaque fois qu'il réalise un sujet, peut le faire selon des « angles », des éclairages différents. Prenons par exemple un reportage sur le début d'un procès. Voici différents angles possibles
  - Le portrait de l'accusé sous forme de papier.
  - Le rappel des faits qui ont amené à ce procès, sous forme de papier.
  - Une interview croisée des avocats des victimes et de l'accusé.
  - Etc.

Ont collaboré à la création de ce manuel « La pratique du journalisme en zone de crise » version 1, de la Fondation Hirondelle :

- Yves Renard, journaliste à France 3 et consultant
- Jean-Marie Etter, Président de la Fondation Hirondelle
- Dominique Jaccard Etter, chargée de programme pour Radio Okapi
- Yvan Asselin, chef de projet de Radio Okapi

Qu'ils en soient ici remerciés.

Lausanne, septembre 2003

