



Comment produire vos propres programmes de radio

Manuel pour les Jeunes



CHILDREN'S RADIO
FOUNDATION





Publié en 2011
par : UNICEF

<http://www.unicef.org/drcongo/french/>

©UNICEF & Children's Radio Foundation

Tous droits réservés. Sans limiter la portée générale de ce qui précède aucune partie de cette publication ne peut être reproduite, mise en mémoire dans un système de recherche documentaire ni transmise sous quelque forme ou par quelque procédé que ce soit (électronique, mécanique, par photocopie ou autre) sans autorisation préalable du détenteur des droits d'auteur et des éditeurs de ce livre.

Remerciements :

Auteur : Yumna Martin et Lee Middleton
Graphiste : Adam Reilly [reilly.co.za]

Financé par :

UNICEF
B.P. 7248 Kinshasa
République Démocratique du Congo
<http://www.unicef.org/drcongo/french/>

Contactez-nous :

Children's Radio Foundation
6 Spin Street
Cape Town 8001
South Africa
Tel : +27 21 465 6965
info@childrensradiofoundation.org
www.childrensradiofoundation.org





CHILDREN'S RADIO
FOUNDATION

TABLE DES MATIERES

BIENVENUE	01
POURQUOI LA RADIO ?	02
POURQUOI VOUS AVEZ LE DROIT A LA PAROLE	03
COMMENT UTILISER CE MANUEL	04
CHAPITRE UN : BILAN DE COMPETENCES	05
CHAPITRE DEUX : PREPARER VOTRE EMISSION DE RADIO	15
CHAPITRE TROIS : PRODUIRE VOTRE EMISSION DE RADIO	23
CHAPITRE QUATRE : VOUS ETES EN DIRECT !	29
CHAPITRE CINQ : DIFFUSER VOTRE EMISSION DE RADIO	31
ECHANTILLONS D'EMISSIONS DE RADIO	33
01 : La Protection de l'Enfance	
02 : Les Droits de l'Enfant	
03 : Drogue et alcool	
04 : Hygiène et nutrition	
05 : Le VIH et le SIDA	
06 : Le changement climatique	







BIENVENUE

La Children's Radio Foundation (CRF) vous apporte les compétences et les outils pour faire entendre votre voix et créer un espace où vous pouvez poser des questions, réfléchir, écouter et apprendre. À travers cette formation au journalisme radio, vous allez renforcer votre confiance en vous, développer des compétences utiles en matière de communication et commencer à réfléchir de manière critique sur le monde qui vous entoure.

Vous allez pouvoir discuter de vos problèmes, communiquer avec vos pairs et votre communauté à propos de sujets qui vous touchent. Ceci est votre occasion de créer des programmes de radio pour les jeunes de votre communauté, qui sont à la fois divertissants, instructifs et qui ont un réel impact.

Vos émissions de radio vont refléter les inquiétudes, les aspirations et les expériences des jeunes de votre communauté. La radio est un espace positif qui doit être utilisé de façon productive et responsable. C'est ce que nous voulons vous aider à accomplir.

En tant que jeunes journalistes, vous avez le droit de poser des questions, d'être curieux, de découvrir de nouveaux mondes et la radio est le parfait moyen pour y parvenir !



POURQUOI LA RADIO ?

- **La radio c'est le savoir.** Beaucoup de gens obtiennent leurs informations par le biais de la radio.
- **La radio c'est la parole.** La radio engendre des discussions et une participation communautaire.
- **La radio est sans frontières.** La radio est capable d'atteindre des communautés éloignées et isolées avec des histoires locales, nationales et internationales.
- **La radio est un support de communication bon marché.** Aujourd'hui, du matériel d'enregistrement de bonne qualité est accessible financièrement et il existe de nombreux moyens de diffuser votre travail sans devoir trop dépenser.
- **Pour produire des programmes radio vous allez devenir de bons « communicants ».** Votre expérience en tant que jeune journaliste va améliorer votre capacité à vous exprimer à l'école, à la maison, et dans votre vie quotidienne.
- **La radio est un support de communication personnel.** Quand nous entendons la voix d'une personne à la radio, on dirait qu'elle nous parle directement. Nous écoutons la radio dans la cuisine, dans notre chambre à coucher ou entre amis.
- **La radio stimule l'imagination.** Dû au fait qu'il n'y a pas d'images à la radio, nous sommes forcés de devenir créatifs et de faire attention aux mots, aux sons, et au langage. La radio exige de nous que nous soyons non seulement des reporters, mais aussi des écrivains et des conteurs.



POURQUOI VOUS AVEZ LE DROIT A LA PAROLE

Est-ce qu'il vous est déjà arrivé de vouloir discuter de quelque chose ou de poser des questions et que l'on ne vous donne pas la chance de vous exprimer ? Le journalisme vous ouvre un espace pour exprimer vos opinions et vos pensées. La Convention Internationale des Droits de l'Enfant exprime clairement que les enfants ont le droit à la liberté d'expression. Vous avez le droit d'obtenir et de partager des informations par tous les moyens que vous choisirez : la parole, le dessin, l'écriture et la production de vos propres émissions de radio.

Vous avez sûrement souvent entendu des adultes parler de la jeunesse à la radio ou à la télévision, ou lu des statistiques et des articles de journaux à propos des jeunes. Mais combien de fois entendez-vous des jeunes parler directement de leurs problèmes et de leurs préoccupations ?

Quand vous produisez votre propre émission de radio, vous avez le droit de poser des questions et de parler de choses qui se passent dans votre communauté. Vous prenez donc la parole et vous exprimez votre opinion. Ceci montre à d'autres jeunes gens qui vous écoutent, qu'eux aussi ont le droit de prendre la parole à propos des questions qui leur tiennent à cœur.

Quand vous produisez des émissions de radio, vous vous adressez à d'autres jeunes, mais aussi à des adultes, vous initiez donc un dialogue entre les générations. À travers les émissions de débat, les interviews, les portraits audio et les autres productions que vous choisirez de réaliser, vous allez avoir l'opportunité d'être écoutés et entendus.

COMMENT UTILISER CE MANUEL

Ce manuel vous aidera à compléter vos connaissances dans le domaine de la radio.

Nous vous aiderons à produire votre propre émission de radio, du début à la fin. Nous commencerons par choisir un thème, nous continuerons avec les méthodes de recherche, puis l'enregistrement et nous terminerons en vous montrant comment diffuser vos programmes auprès de votre communauté.

Dans ce manuel, nous avons rassemblé tous les éléments nécessaires à la production d'une bonne émission de radio :

- Un récapitulatif des compétences nécessaires pour produire des émissions de radio
- Comment préparer votre émission
- Comment produire le contenu de votre émission
- Que devez-vous faire lorsque vous passez à l'antenne
- Comment faire en sorte que votre émission soit diffusée
- Six échantillons d'émissions de radio

Panneaux icônes :

Tout au long de ce manuel, nous utilisons ces panneaux icônes pour vous aider à réfléchir :

L'icône "ne pas oublier" :



Les points principaux à garder à l'esprit.

L'icône de la liste de contrôle et des conseils :



Une liste des fournitures dont vous avez besoin pendant les ateliers et quelques bons tuyaux.

L'icône des étapes :



Un guide de ce qu'il faut faire étape par étape.



CHAPITRE UN : BILAN DE COMPÉTENCES

Maintenant, il est temps de revoir les connaissances et les compétences que vous avez acquises durant les ateliers pour produire vos émissions. Il est important que vous parliez des thèmes qui touchent votre communauté, mais il faut le faire d'une façon professionnelle. Imaginez la frustration de vos auditeurs au moment où ils veulent écouter une interview que vous avez produite, si le son du ventilateur à l'arrière-plan de votre enregistrement, est trop distrayant pour qu'ils en profitent.

Dans ce chapitre, nous allons réviser tous les points essentiels qui vous aideront à produire de bonnes émissions de radio :

- Comment utiliser le matériel
- Les techniques d'enregistrement
- L'interview
- Le consentement
- L'éthique
- Le travail en équipe

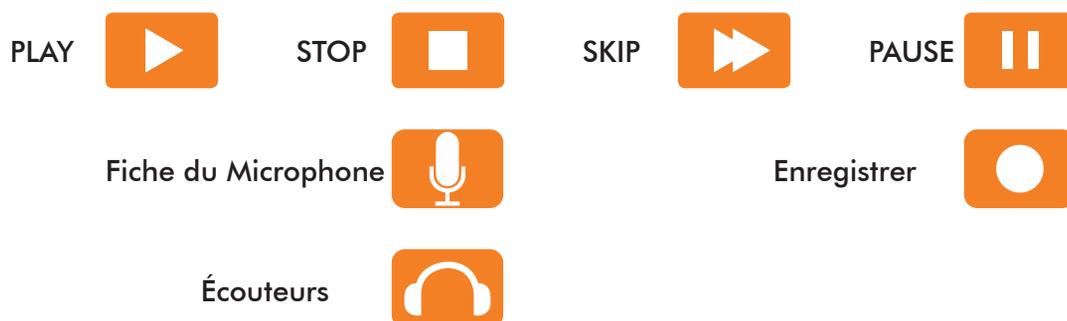
Comment utiliser le matériel

Il n'y a pas une partie du matériel d'enregistrement qui soit plus importante qu'une autre. Toutes les parties doivent fonctionner pour enregistrer du son de bonne qualité.

L'enregistreur

L'enregistreur est la machine qui capte et emmagasine les sons. Les types d'enregistreurs diffèrent selon les marques, mais ils fonctionnent tous de la même façon.

Les touches et icônes de l'enregistreur sont les suivantes :



Il y a une touche qu'il ne faut jamais utiliser à la légère : la touche pause. Le problème c'est que vous pouvez entendre le son à travers le micro quand vous enregistrez, même si la touche pause est enclenchée. Imaginez le désastre si vous pensez que vous enregistrez une interview et que vous vous rendez compte plus tard que la touche pause était enclenchée durant toute l'interview. Cela veut dire que vous n'avez absolument rien enregistré !



Le câble du microphone :

Si vous utilisez un micro externe, il y a un câble qui relie le micro à l'enregistreur. Vous verrez qu'il y a des fiches d'entrée à chaque extrémité. Elles ne peuvent s'insérer que d'une certaine façon, et vous verrez qu'une des extrémités s'insère dans le micro (normalement avec trois trous) et l'autre extrémité s'insère dans l'enregistreur.

Le microphone :

Le micro capte le son. Il faut garder en tête que le micro n'est pas sélectif quand il enregistre les sons. Vous devez donc réfléchir à où et comment vous enregistrez le son. Et n'oubliez pas que le micro est parfois plus sensible que vos propres oreilles !

Les écouteurs :

Vos écouteurs se connectent à l'enregistreur avec un câble. La plupart du temps, Vous trouverez une petite icône sur l'enregistreur pour indiquer l'endroit où vous devez insérer la fiche des écouteurs.



Portez toujours les écouteurs pendant un enregistrement pour entendre exactement ce que vous enregistrez.

Les techniques d'enregistrements

Avant d'enregistrer :

- Soyez à l'aise avec votre matériel et son fonctionnement.
- Traitez votre matériel avec précaution.
- Ne mâchez pas de chewing-gum pendant votre enregistrement.
- Vérifiez que vos piles sont assez chargées.
- Si l'icône des piles sur l'écran de votre enregistreur n'indique qu'une « barre », remplacez vos piles.
- Prenez des piles supplémentaires avec vous.
- Éteignez votre enregistreur quand vous n'enregistrez pas.
- Portez toujours vos écouteurs.
- Vérifiez que vous entendez le son à travers les écouteurs.
- Vérifiez que le micro capte le son.
- Vérifiez que le câble du micro fonctionne (pas de faux contact).
- Faites un enregistrement préalable pour vérifier que tout marche.
- Installez tout votre équipement avant de commencer à enregistrer.
- Cataloguez tous vos enregistrements.
- Ayez toujours un carnet dans le sac de l'enregistreur (pour cataloguer).



Le catalogage d'enregistrement :

Il est important d'établir un système de catalogage pour garder la trace de ce que vous avez enregistré. Chaque enregistreur doit être numéroté, et doit avoir un carnet de bord (un livret où l'on note ce qui a été enregistré).



Cataloguer son enregistrement est aussi important que l'enregistrement lui-même. Si vous enregistrez quelque chose et que vous ne pouvez pas le retrouver, alors ça n'a servi à rien de l'avoir enregistré !

Exemple de catalogage :

Numéro de l'enregistreur :	5
Numéro de la piste audio :	101
Journaliste :	Rose Kalondji
Date :	Le 15 février 2011
Sujet :	Le recyclage dans les écoles
L'interlocuteur:	Interview du directeur de l'école, Monsieur Prince Kavasala

Lieux où effectuer des enregistrements :

- Si vous voulez une interview au calme :

Asseyez-vous sur un canapé dans une pièce avec un tapis et les rideaux fermés. Ceci minimise le « son creux » que l'on entend dans beaucoup de lieux. Installez votre enregistreur avant de commencer. Vérifiez qu'il n'y a pas de brouillages venant des climatiseurs, de lumières au néon, des voitures à l'extérieur, ou d'un téléphone portable situé près du micro. Éteignez les appareils électroménagers ou éloignez-vous de ceux-ci. Éteignez tous les téléphones portables.
- S'il y a de la musique dans la pièce ou que la télévision ou la radio sont allumées :

Vous pouvez demander d'éteindre la musique, la télévision ou la radio. Si ce n'est pas possible, vous pouvez vous en éloigner. Garder à l'esprit qu'un arrière-fond musical ou un brouhaha général sont très difficiles à monter.
- Si vous cherchez un environnement bruyant parce qu'il « parle » de la personne que vous interviewez, du lieu où elle vit, ou ce qu'elle fait dans la vie :

Tenez le micro près de la personne qui parle et n'oubliez surtout pas d'enregistrer 30 secondes du bruit ambiant sans qu'il y ait de voix par dessus. Ceci sera très important pour le montage plus tard.
- Si les gens sont très bruyants autour de vous :

Vous devez toujours vous sentir libre de contrôler ce que les gens font autour de vous. Expliquez-leur que vous faites un enregistrement, et, si nécessaire, demandez-leur poliment d'être plus calmes.



Pendant que vous enregistrez :



- Portez toujours vos écouteurs.
- Enregistrez quelques secondes de son avant le début d'une interview.
- Enregistrez quelques secondes supplémentaires après la fin de l'interview avant d'appuyer sur la touche « stop ».
- Gardez le micro à un peu près deux poings de la bouche de celui qui parle.
- Situez le microphone un peu en dessous de la bouche de votre interlocuteur pour éviter les 'pops' (la saturation des « P »).
- Pour la plupart des enregistrements de voix ou de sons, choisissez un volume d'enregistrement du micro entre 6 et 8 (selon le type de l'enregistreur).
- Les niveaux d'enregistrements sont déterminants. Vous devez essayer de garder les niveaux aussi hauts que possible (bougeant entre le vert et le jaune/orange) sans déformation (rouge).
- Utilisez la distance du microphone pour contrôler le volume. Rapprochez-vous quand il y a des chuchotements et éloignez-vous quand il y a des rires forts.
- Ne changez pas le volume sur l'enregistreur pour des changements rapides de volume.
- Tenez le microphone fermement mais avec précaution.
- Ne heurtez rien avec le câble du micro et ne le frottez pas contre vos vêtements.
- Vérifiez que tous vos câbles sont bien connectés aux deux extrémités.
- N'utilisez pas la touche « pause ».
- Si vous êtes dehors, vérifiez qu'il n'y a pas de vent, de son de la mer ni de bruit de trafic automobile. Ces sons perturberaient votre enregistrement.

Faire une interview

La préparation :



1. Choisissez le thème.
2. Décidez de ce que vous voulez tirer de l'interview : des conseils professionnels ou une expérience personnelle ?
3. Trouvez quelqu'un qui connaît le sujet et qui sera capable de vous donner les informations que vous cherchez.
4. Faites des recherches à propos de la personne qui vous intéresse avant l'interview.
5. N'oubliez pas de poser des questions complémentaires.
6. Faites en sorte que votre interview ait une structure narrative : un début, un milieu et une fin. Comme pour une conversation.



Pendant l'interview :



1. Quand vous approchez la personne que vous voulez interviewer, soyez toujours poli et respectueux. Expliquez qui vous êtes et ce que vous voulez faire.
2. N'oubliez pas de lui demander son consentement pour l'enregistrement de l'interview et sa diffusion.
3. Informez votre interlocuteur du fait que vous allez aussi peut-être monter l'interview.
4. Organisez la rencontre avec la personne que vous allez interviewer, et n'oubliez pas de tenir compte du lieu de l'enregistrement.
5. Avant d'enregistrer l'interview, enregistrez quelques secondes de son ambiant (le son de la pièce ou de l'environnement).
6. Avant de commencer l'interview, vérifiez vos niveaux sonores en posant une simple question. Comme « Qu'avez-vous mangé pour le petit-déjeuner ? »
7. Commencez en demandant à votre interlocuteur de se présenter et de vous dire quelque chose à propos de lui « je m'appelle untel et je suis ci et ça... » Laissez-le décider de comment il veut se présenter. Si vous voulez quelque chose de particulier, vous pouvez lui suggérer ce dont vous avez besoin dans la présentation.
8. N'oubliez pas que c'est toujours vous qui devez tenir le microphone. Ne le donnez jamais à la personne que vous interviewez. Vous devez toujours garder le contrôle du matériel.
9. Essayez, à partir du tout début, de faire en sorte que la personne que vous interviewez se sente à l'aise et qu'elle puisse ignorer le fait qu'il y a un microphone en face d'elle. N'oubliez pas votre rôle, gardez toujours un contact visuel.
10. Soyez conscient de vos propres réactions comme les « hein, hein », les rires. Essayez d'utiliser des réactions silencieuses : un hochement de tête, des yeux interrogateurs, un rire silencieux.
11. Ne posez pas seulement des questions. Faites aussi en sorte que la personne que vous interviewez soit active. Faites-lui décrire ce qu'elle fait ou voit. Demandez-lui de vous emmener faire un « tour audio » de l'endroit dans lequel vous vous trouvez ou de parler de choses qui permettront aux auditeurs de « voir » ce dont elle veut parler.
12. Participez à une conversation avec votre interlocuteur. Ne lisez pas seulement vos questions. Si une question surgit, ou que quelque chose n'est pas clair, parlez-en et approfondissez la question !
13. Ne craignez pas les pauses ou les silences, ne vous précipitez pas. Donnez à la personne que vous interviewez le temps de réfléchir. Les meilleurs commentaires surviennent souvent après des silences.



14. Sentez-vous libre de demander à votre interlocuteur s'il veut ajouter quelque chose.
15. À la fin, remerciez votre interlocuteur et achevez la conversation. N'éteignez pas votre enregistreur avant que votre interlocuteur ait quitté la pièce.

Posez les bonnes questions :

- Évitez de poser des questions qui entraînent des réponses courtes, par exemple « Comment vous appelez-vous ? » Demandez plutôt « Parlez-moi de vous... »
- Posez des questions qui n'entraînent pas des réponses par oui ou par non, et si votre interlocuteur répond « oui » ou « non », demandez toujours « pourquoi » ?
- Pendant que vous interviewez quelqu'un, si la personne dit soudain quelque chose de très intéressant et d'inattendu, poursuivez avec une question d'approfondissement.
- Écoutez et réagissez aux réponses de votre interlocuteur.
- Évitez des questions qui suggèrent ce que devrait être la réponse. Par exemple, « faire de la radio doit être passionnant, n'est-ce pas ? » Une meilleure façon de poser cette question serait de demander « dites-moi ce que vous pensez de votre travail de journaliste radio ? ».
- Ne posez pas deux questions en même temps, car normalement, vos interlocuteurs ne répondront qu'à la seconde.

Le consentement

Obtenir le consentement c'est obtenir la permission. Vos formateurs ont besoin que vous consentiez à faire partie du projet radio et que vous leur donniez la permission de diffuser vos enregistrements. Vous devez aussi obtenir le consentement des personnes que vous interviewez.

Que signifie "passer à l'antenne" ?

Il est très important que vous ayez une idée claire de ce que ce signifie la diffusion de votre enregistrement à la radio. Quand une émission de radio est entendue par le public, elle est «diffusée ».

Pourquoi est-ce important de réfléchir à ceci lorsque l'on parle de consentement ? Pensez à ce qui se passerait si vous interviewiez un copain d'école au sujet d'un professeur qui n'arrive pas à enseigner quoi que ce soit à ses élèves. Que se passerait-il si cette histoire passait à la radio locale et que soudain la communauté entière entendait l'écolier parler ainsi de son professeur ? Quel impact cela aurait ? L'élève serait-il prêt à en accepter les conséquences ?

Même si les enregistrements ont lieu dans le cadre privé des ateliers, ils peuvent prendre une autre portée une fois qu'ils sont diffusés.



Obtenez le consentement des personnes que vous interviewez ou avec qui vous parlez :

Expliquez à vos interlocuteurs pourquoi ils sont le sujet de l'interview, et que l'interview pourrait passer à la radio.

Par exemple, « Bonjour, Je m'appelle _____, et j'aimerais vous poser quelques questions au sujet de _____ pour un programme qui pourrait être diffusé sur _____ FM. Êtes-vous d'accord ? »

Obtenez toujours le nom complet (et l'orthographe doit être juste), l'âge, les coordonnées des personnes interviewées. Notez-les dans le carnet de bord. Faites-leur savoir si et quand leur interview passera à l'antenne. Assurez-vous qu'ils puissent aussi vous contacter s'ils changent d'avis et ne veulent plus que leur contribution soit diffusée. Le consentement marche dans les deux sens.

Le consentement peut changer

Même quand les personnes vous donnent la permission de diffuser vos enregistrements, il ne faut pas oublier qu'ils ont toujours le droit de changer d'avis. Assurez-vous qu'ils comprennent que leurs enregistrements pourront être diffusés, sauf s'ils expriment explicitement qu'ils y sont opposés.

N'identifiez pas d'autres personnes lors des enregistrements :

Quand vous enregistrez une histoire, n'identifiez jamais les gens dont vous parlez par leurs noms spécifiques, surtout si les sujets sont sensibles, par exemple : le VIH/SIDA ou la violence domestique. Quand vous parlez de quelqu'un dans une histoire, utilisez un nom générique (ami, famille, enseignant, etc.) et évitez les vrais noms.

L'éthique

Quand on est journaliste, il y a des principes et des règles que l'on doit suivre et respecter. Un jeune journaliste porte la responsabilité de produire des émissions de radio qui sont :

- 1.** Représentatives : Le programme exprime différents points de vue.
- 2.** Précises : l'information que vous utilisez doit être la plus exacte possible.
- 3.** Respectueuses : montrez de la considération pour les personnes que vous interviewez, même si vous ne partagez pas leur avis.



4. Responsables : Si vous vous trompez, il faut l'admettre et vous corriger. En tant que jeune journaliste, vous devez :

- Ne faire de tort à personne.
- Ne jamais être payé ou payer quiconque pour quoi que ce soit (y compris quand il s'agit de « cadeaux »).
- Vérifier toujours vos faits.
- Si vous doutez de quelque chose, laissez-le de côté.
- Ne donnez jamais le nom d'une personne qui vous a donné une information ou que vous avez interviewée si elle vous a demandé de ne pas donner son nom.
- Pensez aux conséquences de votre programme et à la portée qu'il prendra une fois qu'il sera diffusé.
- Posez-vous toujours la question « pour qui est-ce que j'enregistre cette émission? » N'oubliez pas que vous produisez ces programmes pour vos auditeurs et votre communauté.

Le travail d'équipe

Le travail d'équipe est extrêmement important pour le succès de vos émissions de radio. Un vrai travail d'équipe et beaucoup de tolérance sont la colonne vertébrale d'une bonne équipe. Vous pouvez être de jeunes journalistes talentueux, mais si vous n'arrivez pas à travailler ensemble, il y a de grandes chances que vous ne puissiez pas produire une émission de bonne qualité.

Comment travailler en équipe :



- 1.** Vérifiez que tout le monde comprenne le but du programme.
- 2.** Encouragez-vous et soutenez-vous les uns les autres.
- 3.** Gardez la communication ouverte, si quelqu'un se sent mal à l'aise ou ne comprend pas quelque chose, il devrait toujours sentir qu'il peut poser des questions.
- 4.** Chaque personne doit connaître son rôle et ses responsabilités.
- 5.** Vous devez vous respecter les uns les autres et vous considérez égaux.
- 6.** Aucune personne n'est meilleure qu'une autre, c'est tous ensemble que vous produisez l'émission.
- 7.** Chaque personne doit s'investir dans le projet radio et dans la production d'émissions de bonne qualité.



Qui fait quoi ?

Votre équipe doit remplir une gamme de rôles différents. Chaque rôle implique des responsabilités différentes, et chaque rôle est important. S'il y a beaucoup de gens dans une équipe alors deux personnes peuvent partager un rôle. S'il y a trop peu de gens dans une équipe, une personne peut avoir deux rôles.

Faites en sorte de diviser les tâches entre les membres de votre équipe en créant des rôles différents pour couvrir :

- i. Le présentateur**
C'est la personne qui anime le programme en direct en studio (ou préenregistré).
- ii. L'ingénieur du son**
Cette personne est responsable de la qualité du son de l'émission (les niveaux sonores du micro) et de l'enregistrement du programme.
- iii. Le producteur**
Cette personne est responsable de l'organisation et doit s'assurer que la production de tous les éléments du programme se déroule sans accroc.
- iv. Le documentaliste**
Cette personne approfondit le sujet que vous avez choisi pour votre programme, en cherchant des informations supplémentaires et en identifiant les interlocuteurs potentiels.
- v. Les journalistes**
Ce sont eux qui produisent, organisent et conduisent les interviews et les segments préenregistrées de l'émission de radio.
- vi. Le réceptionniste (s'il y a une participation en direct des auditeurs)**
C'est la personne qui parlera en premier aux gens qui téléphoneront et qui vérifiera le contenu de leurs interventions. Le réceptionniste informe ceux qui téléphonent qu'ils doivent être respectueux et ne pas utiliser de termes diffamatoires.







CHAPITRE DEUX : COMMENT PRÉPARER VOTRE ÉMISSION

Tout est dans la préparation quand il s'agit de radio. Si votre émission ne possède pas une structure solide, beaucoup de choses peuvent mal tourner et vous pouvez vous retrouver avec une émission qui ne ressemble en rien à ce que vous aviez imaginé.

Dans cette section, nous allons couvrir les étapes à suivre pour préparer votre émission :

- Le développement de l'idée
- Le choix du thème
- Le calendrier de production
- Les éléments de l'émission
- La structure de l'émission

Le développement de l'idée

Parfois il peut vous sembler difficile de trouver un thème pour votre émission, mais vous pouvez gagner beaucoup de temps en rédigeant un **calendrier de diffusion**.

Un calendrier de diffusion est une liste qui récapitule les dates de vos prochaines émissions et où vous pouvez noter quand des événements importants ont lieu ainsi que des idées potentielles pour vos thèmes. Ceci vous aidera à trouver des sujets d'émissions.

1. Lisez les journaux locaux et internationaux pour voir ce qui se passe ou si des événements importants sont prévus, comme des élections locales.
2. Demandez à vos auditeurs ou à votre communauté ce qui les intéresse ou ce qu'ils voudraient entendre.
3. Recherchez et notez les jours des campagnes internationales importantes sur votre calendrier de diffusion, par exemple :

8 mars – Journée Internationale de la Femme

22 mars – Journée Mondiale de l'Eau

13 juin – Journée Internationale de L'Enfant

1er décembre – Journée Mondiale du SIDA

Pour voir toutes les Journées Internationales de célébration consultez :

<http://www.un.org/fr/events/observances/days.shtml>



Et souvenez-vous, si vous voulez programmer une émission un jour férié, toutes vos interviews doivent être complétées bien à l'avance !

4. Recherchez les journées importantes de célébration ou les jours fériés dans votre pays.



Choisir un thème pour votre émission



1. Réfléchissez au profil type de vos auditeurs. Quels sont leurs intérêts, leurs aspirations et leurs loisirs ? Ont-ils des familles ? Quel âge ont-ils ? Où vont-ils à l'école et où se rencontrent-ils ? D'où obtiennent-ils leurs informations ? Lorsque vous réfléchissez à un thème, pensez à vos auditeurs et si ce thème leur apportera quelque chose ou s'il sera intéressant pour eux.
2. Dressez une liste des organisations qui travaillent dans votre communauté ou dans votre région. Quels sont les thèmes sur lesquels elles travaillent ? Pensez-vous que les thèmes sur lesquels elles travaillent reflètent les préoccupations de la communauté ? Est-ce que ces questions feraient de bons sujets d'émissions ?
3. Quelles sont les questions les plus passionnantes aux yeux de votre communauté ?
4. Quelles sont les questions que vous trouvez importantes mais qui ne sont pas soulevées dans votre communauté ?
5. Comment pourriez-vous aborder ces questions ?

Il y a de nombreux angles à partir desquels aborder les thèmes de vos émissions. Par exemple, si vous voulez aborder la question du VIH/SIDA vous pouvez parler de :

- La prévention
- Le traitement et les soins
- Le soutien et les services
- La jeunesse et le VIH/SIDA
- Connaître l'épidémie
- Connaître votre statut
- L'accès aux traitements et aux services
- Gérer le déni, la stigmatisation et la discrimination

Vous choisissez votre angle en pensant à votre audience. Un bon moyen d'établir ce qui peut bien fonctionner dans votre communauté est de répondre aux questions suivantes :

Quel angle est le plus important ou le plus pertinent du point de vue de ma communauté/de mes auditeurs ?	
Que connaît ma communauté à propos de ce sujet ?	
Qu'est-ce que mes auditeurs veulent savoir ? (Vous pouvez organiser un groupe de discussion pour le découvrir, ou simplement posez des questions aux personnes que vous connaissez).	
Qu'aimerais-je que nos auditeurs retirent de notre émission ?	



6. Une fois que vous avez choisi l'angle de votre émission, ne vous débarrassez pas des autres angles que vous avez développés. Archivez-les dans un carnet pour de futures émissions.
7. Une fois que vous avez décidé du thème que vous allez aborder et que vous avez réfléchi à l'angle que vous allez privilégier, vous pouvez alors vous pencher sur les différents moyens que vous avez pour explorer cet angle lors de l'émission, et décider de qui vous allez interviewer.



Evitez de toujours préparer des interviews et des portraits de personnes et d'organisations « attendues ». Si, par exemple, votre émission porte sur le VIH/SIDA et que vous avez réduit le champ de votre thème en vous concentrant sur « connaître son statut », réfléchissez aux personnes évidentes auxquelles vous pouvez parler (une infirmière, une organisation VIH et SIDA, une personne séropositive). Mais réfléchissez aussi aux personnages moins prévisibles qui peuvent apporter beaucoup à votre programme (comme la réceptionniste de la clinique de dépistage, les travailleurs sociaux de la clinique, une personne qui va se faire tester).

Programme de production

Il est très important d'avoir un programme pour chaque émission. Chaque personne doit avoir quelque chose de différent à faire et une structure solide vous aidera à savoir ce que chacun doit faire et quand il doit le faire. Voici un exemple d'un programme de production :

PRÉ-PRODUCTION	
Quoi ?	Choisissez un thème.
Qui ?	Votre équipe toute entière.
Où ?	Choisissez un lieu facile d'accès pour tout le monde et où vous pouvez discuter et vous concentrer.
Date et Heure	Organisez votre première réunion au moins une semaine avant l'émission.
Détails	Choisissez le thème de votre émission. Décidez de l'angle et assignez les rôles aux membres de votre équipe.



PRÉ-PRODUCTION	
Quoi ?	Programmer l'émission.
Qui ?	Toute votre équipe.
Où ?	Choisissez un lieu facile d'accès pour tout le monde, et où vous pouvez discuter et vous concentrer.
Date et Heure	Donnez-vous au moins deux jours pour faire des recherches sur le sujet et réfléchir aux personnes et aux organisations que vous voulez contacter.
Détails	<p>Une fois que vous avez mené votre recherche, vous pouvez planifier votre émission.</p> <p>Réfléchissez à :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Qui vous voulez interviewer. - À quelle organisation vous pouvez vous adresser. - Le type de programmes que vous allez produire pour la radio. <p>Une fois que vous avez pris une décision à propos des questions ci-dessus, vous pouvez commencer à rédiger le conducteur de l'émission.</p>

PRODUCTION	
Quoi ?	La production
Qui ?	Les journalistes dont le rôle est de produire les segments du programme pour l'émission de radio.
Où ?	Choisissez un lieu facile d'accès avec un accès à internet ou au téléphone.
Date et Heure	Donnez-vous une journée pour la programmation, une journée pour l'enregistrement et une journée pour la postproduction.
Détails	<ul style="list-style-type: none"> - Contactez les personnes ou les organisations que vous voulez interviewer. - Demandez-leur quand ils seront disponibles et organisez les rencontres et les interviews. - Programmez une journée de postproduction à la station de la radio.

PRODUCTION	
Quoi ?	L'écriture du scénario
Qui ?	La personne dont le rôle est de rédiger le script.
Où ?	De préférence à la station de radio où vous pouvez demander de l'aide.
Date et Heure	Donnez-vous une journée pour rédiger le script. Vous n'êtes pas obligé de tout écrire. Mais il est important de noter les introductions et les conclusions.
Détails	À ce stade, vous devez avoir décidé du conducteur de votre émission, de qui vous allez interviewer dans la communauté, ainsi que des éléments que vous avez choisi d'intégrer dans votre émission. Vous pouvez maintenant décrire les séquences du programme verbalement.



PRODUCTION	
Quoi ?	La préparation finale.
Qui ?	Toute votre équipe.
Où ?	De préférence à la station de radio.
Date et Heure	Ceci devrait se dérouler un jour ou deux avant votre émission.
Détails	<p>Vous devez maintenant avoir terminé de rédiger votre script, complété les séquences préenregistrées à intégrer dans votre programme radio, et avoir organisé vos interviews en direct.</p> <p>Maintenant vous allez :</p> <ul style="list-style-type: none">- Finaliser le conducteur de votre émission.- Répéter le programme ensemble comme si vous passiez à l'antenne. Les animateurs répètent comment énoncer le script, l'ingénieur du son se familiarise avec les niveaux sonores, quand il doit passer les plages musicales et les éléments préenregistrés du programme, (ceci vous permet de voir quand certaines choses ont besoin d'être modifiées ou bougées).- Organiser un Plan B (comme de la musique, des statistiques, un flash d'information) en cas de problème dans le studio.

À L'ANTENNE	
Quoi ?	La présentation de l'émission de radio.
Qui ?	Les présentateurs, le producteur et l'ingénieur du son.
Où ?	En studio à la station de radio.
Date et Heure	Le jour où votre émission passe à l'antenne.
Détails	Vous avez bien travaillé, maintenant c'est à vous de jouer, amusez-vous ! Et n'oubliez pas votre plan B au cas où vous auriez des problèmes.

POST - PRODUCTION	
Quoi ?	Compte-rendu
Qui ?	Toute votre équipe.
Où ?	En studio à la station de radio ou dans un lieu où il est facile de se rencontrer et de diffuser le programme pour que tout le monde puisse l'entendre.
Date et Heure	De préférence le lendemain de l'émission.
Détails	<p>Réécoutez et évaluez le programme :</p> <ul style="list-style-type: none">- Qu'est ce qui a marché et qu'est ce qui n'a pas marché.- Comment vous pouvez améliorer votre prochaine émission en gardant en tête ce que vous venez d'apprendre.- Programmez une réunion avec l'équipe en vue de la prochaine émission.



Les différents segments préenregistrés du programme de radio

C'est en diffusant les segments qui constituent votre émission de radio que vous pouvez vraiment être créatifs quant à votre thème et l'angle que vous avez choisis. Les segments de l'émission vous permettent de parler de votre sujet, sans toujours avoir besoin de parler vous-même !



Dans une émission de radio de 30 minutes, vous pouvez faire tenir jusqu'à huit types de segments audio préenregistrés.

Il y a plusieurs genres de segments audio que vous pouvez produire pour votre émission de radio, en utilisant les compétences que vous avez acquises. Décidez à qui vous voulez parler **et comment vous voulez le faire** en choisissant le type de segments préenregistrés que vous voulez produire :

1. Une carte postale audio (longueur : 3 min)
 - i. Une carte postale audio est une description orale d'un lieu qui donne à l'auditeur le sentiment qu'il se trouve dans ce lieu.
 - ii. Réfléchissez à ce que vous entendez, voyez, sentez, lorsque vous réfléchissez au thème. Utilisez des sons ambiants (sons d'arrière-plan), les sons naturels du lieu (des effets sonores spécifiques qui vous permettent de vous situer dans ce lieu) et votre voix (une interview ou une conversation voire une description).
 - iii. Par exemple, si vous produisez une émission sur le thème « connaître son statut VIH » vous pouvez produire une carte postale audio sur une clinique de dépistage du VIH/SIDA. Réfléchissez aux sons que vous entendez : les téléphones qui sonnent, la réceptionniste qui répond aux appels, les gens qui vont et viennent, les gens qui parlent dans la salle d'attente. Ensuite, imaginez que vous êtes aveugle, et que vous devez décrire ce lieu : le grincement des chaises contre le sol de la salle d'attente, les sonneries de téléphone, les classeurs s'ouvrant et se refermant, les infirmières qui annoncent les noms des patients. Ensuite, réfléchissez à quelqu'un dans ce lieu que vous pouvez interviewer, comme la réceptionniste de la clinique de dépistage. Interviewez-la à propos de l'endroit où elle travaille ou demandez-lui de vous le faire visiter.

2. Le commentaire audio (longueur : 2 min)
 - i. Un commentaire audio consiste à enregistrer quelqu'un qui exprime son opinion sur un thème que vous avez choisi.
 - ii. Les commentaires audio sont utilisés afin de permettre aux gens d'exprimer leur position sur un sujet en utilisant une histoire personnelle. Vous pouvez d'abord rédiger votre commentaire audio avant de le lire, ou juste écrire quelques points clés et élaborer à partir de cela. Ce format permet aux auditeurs d'entendre des points de vue et des opinions différents à propos du thème de votre émission de radio.



- iii. Vous pouvez, par exemple, demander l'opinion d'une assistante sociale sur l'importance de connaître son statut, ainsi que sur l'importance de subir régulièrement un test de dépistage.
- 3. **Portrait audio** (longueur : 2 min)

 - i. Un portrait audio utilise le son ambiant naturel et la voix pour faire le portrait d'une personne qui fait quelque chose d'intéressant et en relation avec votre thème.
 - ii. Les portraits audio se concentrent sur la voix et l'expérience d'une personne, mais vous pouvez aussi enregistrer le son ambiant du lieu où elle se trouve. Le portrait audio permet aux auditeurs de découvrir un personnage intéressant au sein de leur communauté et d'entendre ce qu'il fait.
 - iii. Vous pouvez, par exemple, faire le profil d'une infirmière qui travaille dans une clinique, et lui demander de parler de ce qu'elle fait, de ses expériences de dépistages du VIH, de ce qui lui plaît et de ce qu'il ne lui plaît pas dans son travail.
- 4. **Communiqué d'intérêt public** (longueur : 30 secondes)

 - i. Un communiqué d'intérêt public (CIP) est un genre de publicité qui transmet un message au sujet d'une question sociale.
 - ii. Un CIP vous permet de « vendre » quelque chose grâce à un dispositif efficace et percutant, de la même manière qu'une publicité le fait, mais un CIP essaye de « vendre » une cause sociale, un mode de vie ou un certain comportement à vos auditeurs.
 - iii. Vous pourriez, par exemple, produire un CIP sur les avantages de faire un test de dépistage du VIH régulièrement.
- 5. **L'interview en direct** (5-10 min)

 - i. C'est lorsque les présentateurs d'une émission de radio invitent quelqu'un en studio pour l'interviewer en direct. Les présentateurs peuvent poser des questions aux interviewés et animer une discussion autour du sujet de l'émission.
 - ii. Les interviews sont un moyen facile d'apprendre des choses à propos du sujet de l'émission, en posant des questions à quelqu'un qui connaît bien le sujet (mais pas nécessairement un expert).
 - iii. Par exemple vous pouvez interviewer une assistante sociale qui travaille dans la clinique de dépistage du VIH au sujet des étapes à suivre quand on fait un test, comment les patients vivent cette expérience et pourquoi elle est importante. Cf. p 8-10.

La structure de l'émission

Une fois que vous avez décidé des types de segments préenregistrés que vous allez produire pour votre émission ainsi que de votre thème, la prochaine étape consiste à rédiger la structure de l'émission. Ces grandes lignes vous aideront à en programmer l'ordre. Vous pouvez alors jouer avec ces éléments et décider de ceux qui fonctionnent et d'où les placer.



Exemple de la structure d'une émission :

Éléments de l'émission	Script
Introduction	Bienvenue dans l'émission, les présentateurs présentent le thème.
Introduction carte postale audio	Introduction de votre carte postale audio de la clinique de dépistage.
Carte postale audio	Diffusez la carte postale audio.
Conclusion de la carte postale audio	Les présentateurs résument le contenu de la carte postale audio, ce qu'ils ont appris et ce qui leur a semblé important.
Transition musicale	Diffusez la plage musicale.
Introduction commentaire audio	Présentez l'animateur de jeunesse auquel vous avez parlé et annoncez à vos auditeurs qu'il va partager son opinion à propos de l'importance de faire un test de dépistage du VIH.
Commentaire audio	Passez le commentaire audio.
Conclusion du commentaire	Les présentateurs résument ce qu'ils ont entendu en soulignant les points clés.
Transition musicale et générique	Diffusez la musique et le générique.
Introduction portrait audio	Les présentateurs présentent l'infirmière avec laquelle ils ont parlé, et expliquent que nous allons l'entendre raconter son expérience d'infirmière dans une clinique de dépistage du VIH.
Portrait audio	Passez le portrait audio.
Conclusion portrait audio	Les présentateurs résument ce qu'ils ont entendu et ce qui leur paraît important quant au rôle des infirmières dans les cliniques de dépistages du VIH. Les présentateurs rappellent ensuite le thème de l'émission.
Transition musicale	Passez la plage musicale.
Introduction de l'interview	Les présentateurs résument le sujet du programme du jour et présentent l'assistante sociale qu'ils vont interviewer, en donnant son nom, ce qu'elle fait et où elle travaille.
Interview	Interview de l'assistante sociale.
Conclusion de l'interview	Les présentateurs concluent l'interview en décrivant ce qu'ils ont appris et remercient l'assistante sociale de sa contribution à l'émission.
Transition musicale et générique	Passez la musique et le générique.
CIP	Passez le CIP que vous avez produit au sujet sur l'importance de faire un test de dépistage du VIH.
Conclusion de l'émission	Les présentateurs font un résumé rapide du thème de l'émission, introduisent le thème de l'émission de la semaine suivante, et disent au revoir.
Transition musicale	Fin



Durant vos émissions, vous pouvez utiliser de la musique pour enchaîner les différents segments de l'émission ou pour faire une pause entre les interviews et les différents segments. Votre émission de radio n'est pas une émission de musique, c'est pourquoi il faut utiliser la musique modérément et bien penser à celle que vous passez. Votre thème est-il contredit par les paroles de la chanson ? Est-ce que la chanson a un message positif ? Est-ce que la musique est trop distrayante ?



CHAPITRE TROIS

COMMENT PRODUIRE VOTRE ÉMISSION DE RADIO

Une fois que toute la préparation et la structure de l'émission sont en place, le temps est venu de créer le contenu de votre émission. La production c'est quand toute votre programmation s'anime,. C'est le moment où vous allez pouvoir être créatifs.

Cette section couvre tout ce que vous devez connaître au moment où vous commencez à transformer le conducteur de votre émission en programme :

- Produire les segments préenregistrés de votre émission
- Écrire votre scénario
- Finaliser votre conducteur
- Répéter votre script
- Organiser un plan B

Produire les segments préenregistrés de votre émission

Vous avez déjà décidé des segments de votre émission. Il est temps maintenant de les produire.



1. Identifiez les gens que vous allez interviewer. Cf. p.8
2. Organisez votre interview. Cf. p.9
3. Ayez toujours un plan B (et C) au cas où vos arrangements tombent à l'eau.
4. Soyez bien informés sur votre thème et sur la personne que vous interviewez.
5. Préparez vos questions. Cf. p.10
6. Vérifiez tout votre matériel avant de faire l'enregistrement. Cf. pp.5-8
7. Enregistrez au moins une minute de son naturel avant une interview.
8. Si vous avez besoin de sons pour votre émission, réfléchissez à quels sons « peignent une image » de l'endroit où vous êtes et enregistrez-les.
9. Cataloguez tous vos enregistrements dans votre carnet de catalogage. Cf. p.7
10. Si vous avez le temps, faites écouter vos segments préenregistrés à un membre de votre équipe et obtenez son « feedback ».



Rédiger le script

Une fois que vous avez décidé de l'ordre dans lequel doivent passer les segments de votre émission, vous pouvez utiliser le conducteur de votre émission pour rédiger votre script. C'est très différent de rédiger un script pour la radio et d'écrire une rédaction pour l'école. Pour la radio, vous devez écrire de la même façon que vous parlez, parce que lorsque vous passerez à l'antenne vous n'allez pas lire le script, vous allez le « parler ». Ne soyez donc pas intimidés, soyez vous-même !

Conseils pour rédiger un script de radio :

- 
- Écrivez comme vous parlez.
 - Soyez bref. Écrivez une idée ou pensée par phrase.
 - Utilisez des contractions grammaticales comme j'veis (au lieu de « je vais »).
 - Parlez directement à votre audience, et utilisez des articles comme « tu », « moi », « on », « nous ».
 - N'oubliez pas de préparer une introduction et une conclusion pour les segments préenregistrés de votre émission.
 - « Peignez une image » avec vos mots. Essayez d'aider vos auditeurs à imaginer ce dont vous parlez.

Exemple de script : Connaître votre statut

- Présentateur 1: Il est maintenant [L'HEURE] et c'est l'heure de [NOM DE L'EMISSION] sur [NOM DE LA STATION DE RADIO]. Je m'appelle [NOM]
- Présentateur 2: Et je m'appelle [NOM], et dans le programme d'aujourd'hui nous parlons de notre statut ! Et non, il ne s'agit pas de notre situation financière, nous parlons de votre statut VIH.
- Présentateur 1: Nous allons discuter de pourquoi c'est important de se faire tester, de comment vous y prendre, et de quels sont les avantages de connaître votre statut.
- Présentateur 2: Mais avant tout ça, savez-vous ce que les acronymes VIH et SIDA signifient et pourquoi ils sont associés l'un avec l'autre ?
- Présentateur 1: Et bien, c'est une très bonne question [NOM DE L'ANIMATEUR 2]. IH veut dire **Virus de l'immunodéficience humaine** et SIDA veut dire **syndrome de l'immunodéficience acquise**. VIH est le virus qui cause la maladie SIDA. Le système immunitaire maintient notre corps en bonne santé, mais le VIH détruit le système immunitaire. Une fois que vous commencez à vous sentir malade, ça veut dire que le VIH s'est transformé en SIDA...



- Présentateur 2 : Et le seul moyen de savoir si vous avez le VIH c'est de faire une analyse de sang.
- Présentateur 1 : Il existe plusieurs cliniques dans notre communauté où vous pouvez vous faire tester, comme [NOMS DE CLINIQUES VIH].
- Présentateur 2 : Nous avons eu la chance de visiter [NOM DE LA CLINIQUE] avec [NOM DE LA RECEPTIONNISTE] qui en est la réceptionniste.
- Présentateur 1 : Allons voir ce qu'il s'y passe !

[PASSEZ LA CARTE POSTALE AUDIO]

- Présentateur 2 : Les cliniques de dépistage m'ont toujours fait un peu peur, mais tout le monde semble vraiment sympathique dans celle-ci.
- Présentateur 1 : Oui, c'est drôle comme on peut se dire qu'un lieu est effrayant sans y avoir jamais mis les pieds, merci [NOM DE LA RECEPTIONNISTE] de nous avoir servi de guide.

[PASSEZ LA MUSIQUE DE TRANSITION]

- Présentateur 1 : Durant l'émission d'aujourd'hui nous parlons du dépistage du VIH.
- Présentateur 2 : Se faire tester est important non seulement pour vous protéger mais aussi pour protéger ceux que vous aimez. Que ce soit pour être sûr que nous sommes séronégatifs ou pour découvrir que nous vivons avec le VIH et commencer un traitement le plus tôt possible, nous avons tous d'excellentes raisons de nous faire tester régulièrement.
- Présentateur 1 : Nous voulons savoir ce que les jeunes pensent du fait de connaître leur statut. Nous avons donc abordé ce sujet avec [NOM DE L'ANIMATEUR SOCIAL] .

[PASSEZ LE COMMENTAIRE AUDIO]

- Présentateur 2 : Passionnant ! [NOM DE L'ANIMATEUR SOCIAL] pense donc clairement que se faire tester est très important pour nous, les jeunes.

[MONTÉE DE LA MUSIQUE DE TRANSITION]
[DIMINUEZ LA MUSIQUE]
[PASSEZ LE GÉNÉRIQUE DE L'ÉMISSION DE RADIO]

- Présentateur 1 : Mais pourquoi est-il si important de se faire tester régulièrement ?
- Présentateur 2 : Nous allons découvrir cela avec une des personnes les mieux placées pour nous répondre : une infirmière qui travaille à la clinique où s'effectue le dépistage.
- Présentateur 1 : [NOM DE L'INFIRMIÈRE] nous a décrit son travail au quotidien.
- [PASSEZ LE PROFIL AUDIO]



Présentateur 2 : Il faut être vraiment avoir du courage pour être infirmière et s'occuper des malades jour après jour ! J'ai tellement plus de respect pour cette profession maintenant que [NOM DE L'INFIRMIERE] a partagé ce qu'elle fait avec nous à [NOM DE LA CLINIQUE].

[MONTÉE DE LA MUSIQUE DE TRANSITION]
[DIMINUEZ LA MUSIQUE]

Présentateur 1 : Si vous venez de nous rejoindre sur [NOM DE LA STATION DE RADIO] vous écoutez [NOM DE L'ÉMISSION] et nous sommes en présence d'un invité spécial qui vient de nous rejoindre en studio.

Présentateur 2 : [NOM DE LA PERSONNE] représente [LE NOM DE L'ORGANISATION] qui travaille avec [TYPE DE TRAVAIL QUE FAIT L'ORGANISATION]. Bienvenue [NOM DE L'INVITÉ]. Nous sommes enchantés de vous avoir avec nous aujourd'hui !

Questions pour l'interview :

1. Qu'est ce que cela veut dire de se faire dépister ?
2. Pouvez-vous expliquer comment se faire tester pour le VIH ?
3. Pourquoi est-il important de se faire tester régulièrement ?
4. Où pouvons-nous nous faire tester dans notre communauté ?
5. Pouvez-vous décrire l'impact du VIH sur notre communauté ?
6. Pouvez-vous nous dire pourquoi nous faire régulièrement tester pour le VIH aide notre communauté à lutter contre ce virus ?

Présentateur 1 : Nous vous remercions d'avoir participé à notre émission d'aujourd'hui [NOM DE L'INVITÉ].

Présentateur 2 : C'était vraiment important pour moi de connaître le processus du dépistage, mais je me rends aussi compte maintenant que en me faisant tester, je peux lutter contre le VIH et le SIDA dans ma communauté.

[MONTÉE DE LA MUSIQUE DE TRANSITION]
[DIMINUEZ LA MUSIQUE DE TRANSITION]
[PASSEZ LE CIP]
[MONTÉE DE LA MUSIQUE DE TRANSITION]
[DIMINUEZ LA MUSIQUE DE TRANSITION]
[PASSEZ LE GÉNÉRIQUE DE L'ÉMISSION]

Présentateur 1 : Se faire tester ne doit pas être quelque chose dont nous avons peur, c'est quelque chose de positif. Nous protégeons ceux que nous aimons et nous nous protégeons quand nous nous faisons tester régulièrement pour le VIH !

Présentateur 2 : La semaine prochaine [JOUR] à [L'HEURE] nous discuterons de [THÈME DE L'ÉMISSION DE LA SEMAINE SUIVANTE]. N'oubliez pas de nous rejoindre à l'écoute de [NOM DE LA STATION DE RADIO] pour le [NOM DE L'ÉMISSION].

Présentateurs 1 et 2 : En attendant, salut à tous !



Quand vous rédigez votre script, vous devez déjà avoir décidé et organisé votre interview en direct en studio et quels seront les segments préenregistrés de votre émission. Votre script doit aussi contenir les questions que vous voulez poser à la personne que vous interviewez sur le thème de l'émission.

Le conducteur finalisé de l'émission

Maintenant que votre script est écrit, que vous avez produit les éléments de votre émission, et que votre interview en direct est organisée, vous pouvez produire un conducteur final de votre émission. Celui-ci donne non seulement l'ordre et le contenu de l'émission, mais indique également le temps imparti à chaque segment. De cette façon vous pouvez gérer au mieux les 30 minutes de votre émission radio !

Le conducteur de l'émission est un outil visuel qui aide les présentateurs, l'ingénieur du son, et les producteurs à garder le nord et à faire en sorte que l'émission se déroule sans accros.

Exemple d'un conducteur d'émission :

Parties de l'émission	Durée	Temps restant
Passez le portrait audio	3 min	15 min
Conclusion du portrait audio	30 sec	14.30 min
Passez la musique de transition	30 sec	14 min
Introduction de l'interview	30 sec	13.30 min
Interview	7 min	6.30 min
Conclusion de l'interview	30 sec	6 min
Passez la musique de transition	1 min	5 min
Passez le CIP	30 sec	4.30min
Passez la musique de transition et le générique de l'émission	30 sec	4 min
Conclusion de l'émission	1.30 min	2.30 min
Passez la musique de fin	2.30 min	0 min

« Parler » votre script

Il est très important de « parler » votre script tout haut une fois que vous l'avez écrit. Ceci est un bon apprentissage avant de passer à l'antenne !

« Parlez » le script comme si vous étiez en studio en direct, notez les endroits où vous butez sur des phrases trop longues, et évaluez si certaines parties doivent être réarrangées, ou si des pauses doivent être insérées.



Ce que vous devez prendre en compte quand vous « parlez votre script » :

- 
- Asseyez-vous droit, les épaules en arrière et le cou dégagé.
 - Faites comme si vous parliez à un auditeur (utilisant « tu » ou « vous »).
 - Parlez clairement et avec rythme.
 - Mettez des émotions dans votre voix.
 - Faites des pauses, respirez, comme si vous étiez dans une conversation.
 - Souriez ! Ce n'est pas parce que votre auditeur ne vous voit pas qu'il n'entend pas le ton de votre voix.
 - Avec un marqueur, soulignez les pauses et les mots que vous avez besoin d'accentuer.
 - Soyez vous-même quand vous « parlez » le script.

Pendant que vous « parlez » le script, prenez des notes pour vous souvenir de là où vous devez faire des changements. Corrigez le script et finalisez-le avant l'émission.

Plan B

Ayez toujours un plan de rechange, car vous pouvez rencontrer des problèmes quand vous présentez une émission en direct.

Par exemple, à la dernière minute votre invité peut téléphoner et annoncer qu'il ne peut pas venir. Voici quelques exemples d'éléments de substitution à utiliser à ce moment-là :

- Des interviews préenregistrées.
- Des segments préenregistrés.
- Organisez une interview téléphonique avec une personne faisant le même travail et dont vous savez qu'elle est disponible (ayez toujours quelques numéros de rechange).
- Musique
- « Kit d'urgence » (des statistiques sur le thème, des conseils)



Ne jamais effacer une interview qui ne semble pas aller dans une émission particulière. Elle pourrait être utilisée dans un autre contexte et pour un thème différent, ou être utilisée comme plan B !



CHAPITRE QUATRE : VOUS ETES EN DIRECT !

Vous avez terminé de finaliser votre script, d'organiser votre interview en direct, de produire les éléments de votre émission, le conducteur de l'émission et vous avez choisi votre musique de transition. C'est l'heure de présenter votre émission en direct !

Passer à l'antenne :



1. Tout le monde doit arriver au moins une demi-heure avant le début de l'émission.
2. Le producteur aura fait des copies du conducteur final de l'émission pour l'ingénieur du son, le(s) présentateur(s) et pour lui-même.
3. Le producteur aura fait des copies du script pour l'ingénieur du son, pour le(s) présentateur(s) et pour lui-même.
4. L'ingénieur du son vérifie que tout le matériel fonctionne dans le studio et vérifie les niveaux sonores des voix avec le(s) présentateur(s).
5. L'ingénieur du son et le producteur vérifient une fois de plus que tout est en ordre et disponible : les segments de l'émission, la musique et les génériques.
6. Le producteur informe les invités avant qu'ils ne rentrent en studio quant aux comportements et aux techniques de rigueur en studio lors d'un direct.
 - i. Informez-les de ce à quoi ils peuvent s'attendre lors du direct (comment parler au micro, ne pas se déplacer ni faire de bruit).
 - ii. Les règles d'un débat respectueux (ne pas interrompre les autres quand ils parlent, répondre d'une façon respectueuse, ne pas s'emporter).
 - iii. L'importance de parler clairement et de ne pas sortir du sujet (la radio c'est avant tout écouter, et si vous ne parlez pas clairement ou vous parlez trop longtemps, les gens ne vous écouteront pas).
7. Le producteur rédige une liste de contacts avec les détails de tout le monde y compris des invités de l'émission.



- 8.** Le producteur rédige une « liste de contrôle » Ceci pour assurer que tout soit en ordre avant que l'émission ne passe à l'antenne, et vérifiant :
 - i.** Que tous les segments de l'émission sont disponibles et prêts à diffuser.
 - ii.** Que tous les morceaux de musique sont disponibles et prêts à diffuser.
 - iii.** La liste de contacts.
 - iv.** Le conducteur de l'émission (pour les présentateurs, l'ingénieur du son et le producteur).
 - v.** Les scripts (pour les présentateurs, l'ingénieur du son et le producteur)
 - vi.** Plan B

- 9.** Le(s) présentateur(s) doivent :
 - i.** Aller aux toilettes avant l'émission.
 - ii.** Ne pas mâcher de chewing-gum quand ils passent à l'antenne.
 - iii.** Ne pas apporter de nourriture dans le studio.
 - iv.** Avoir de l'eau dans un récipient qu'ils peuvent fermer.
 - v.** Ne pas boire de sodas ou de la nourriture avant l'émission (pour éviter de roter).
 - vi.** Porter des vêtements confortables pendant le direct.
 - vii.** Se tenir bien droit(s) pendant la durée de l'émission.



CHAPITRE CINQ : COMMENT DIFFUSER VOTRE EMISSION DE RADIO ?

Maintenant que vous avez fait tout ce travail, comment allez-vous vous faire entendre ?

La première chose à faire est de vous demander ce qui fonctionne le mieux dans votre communauté. Posez-vous les questions suivantes :

- i. Est-ce que les gens de votre communauté écoutent la radio sur leurs téléphones portables ?
- ii. Ont-ils accès à internet et aux réseaux sociaux tels que Facebook ?
- iii. Est-ce qu'ils téléchargent des fichiers audio ou écoutent des podcasts ?

Si vous n'avez pas accès à des ordinateurs et à internet, ne vous en faites pas, vous pourrez néanmoins parvenir à partager vos émissions avec de nombreuses personnes !

Les moyens de vous faire entendre

1. Les stations de radio :

Les radios locales ont souvent besoin de programmation supplémentaire de bonne qualité surtout en provenance de jeunes gens. Si vous n'avez pas déjà créé une relation avec une radio locale, essayez d'appeler ou d'envoyer un email à la personne responsable de la programmation dans votre radio locale. Les stations qui ont des émissions sur l'éducation ou qui sont orientées vers la jeunesse sont de bons endroits par où commencer. Expliquez ce que vous avez à offrir et que c'est gratuit.

Ne payez jamais pour diffuser un programme.

Si vous parvenez à placer votre émission à la radio, n'oubliez pas de faire de la publicité pour votre programme ! Vous pouvez le faire simplement, en collant des affiches aux lampadaires et aux arbres pour alerter les gens sur le thème de votre émission, et de quand et où elle passera à l'antenne. Vous pouvez aussi envoyer des SMS groupés.

2. Les écoles et les organisations locales :

Les stations de radio ne sont pas les seuls endroits où vous pouvez diffuser vos émissions. Parlez aux organisations qui pourraient s'intéresser à ce que vous faites. Si vous avez enregistré une émission de débat sur l'environnement, vous pouvez contacter des organisations écologiques pour qu'elles téléchargent votre émission et que les gens puissent l'entendre sur le site web de l'organisation, sur leur page Facebook, ou la diffuser lors de leurs propres ateliers.

Vous pouvez aussi diffuser des émissions préenregistrées lors d'événements animés par des groupes de jeunesse ou des ONGs. Parlez à des gens qui travaillent pour des organisations dont les objectifs se rapportent à votre émission et demandez-leur si vous pouvez co-animer un événement où vous produiriez un débat en direct.



3. Internet :

Pour ceux qui ont accès à des technologies plus sophistiquées (comme un logiciel de montage et internet), un des moyens les plus efficaces de diffuser vos émissions est de profiter de tous les réseaux sociaux qui sont utilisés par un grand nombre de jeunes qui ont accès aux ordinateurs.

Vous pouvez créer une page pour votre groupe sur un site comme Facebook ou Soundcloud (www.soundcloud.com), et télécharger vos émissions audio ou des podcasts et en poster les liens. Vous pouvez aussi générer une importante circulation vers vos enregistrements si tous les gens qui sont impliqués dans le projet postent un lien sur leurs profils individuels pour que tous leurs amis le voient.

Référez-vous à notre site Web : www.childrensradiofoundation.org/tools pour plus d'information sur toutes ces options. Vous y trouverez également des descriptions détaillées pour télécharger des fichiers audio, des instructions de montage de base, et des idées supplémentaires.

L'essentiel est de réfléchir stratégiquement et d'être réaliste quant à **qui** vous voulez faire écouter votre émission, **quelles méthodes et moyens** ils auront à leur disposition pour écouter votre émission, **où** vous pouvez diffuser votre émission et **comment vous pouvez en faire la publicité et la diffusion.**

Développez une stratégie concrète et commencez maintenant !



DES ÉCHANTILLONS D'ÉMISSIONS DE RADIO

Nous avons rassemblé pour vous six échantillons d'émissions de radio, tous traitant de thèmes différents.

L'objectif de ces échantillons est de vous guider à travers vos six premières émissions, à partir du moment où vous choisissez votre thème, jusqu'à la présentation de l'émission en direct.



Les échantillons d'émissions de radio ne sont pas complets et prêts à diffuser. Ils sont faits pour vous guider lors de la production de vos futures émissions.

Les échantillons d'émissions sont répartis en trois sections :

- i. **Introduction au thème : couverture.**
- ii. **Comment préparer votre émission : deuxième et troisième page.**
- iii. **Comment présenter votre émission : dernière page.**

Comment utiliser ces « émissions échantillons » :

- i. **Dépliez « l'émission échantillon » pour que la couverture et la page arrière soient l'une à côté de l'autre, et les deuxième et troisième pages soient l'une à côté de l'autre.**
- ii. **Quand vous préparez votre émission**, vous utiliserez d'abord la section « **Comment préparer votre émission** ». La deuxième et la troisième page vous guideront à travers votre préparation. Elles vous guideront à travers les étapes, à partir du moment où vous choisissez le thème, la recherche, la production des segments de l'émission, du script, jusqu'à la finalisation de votre conducteur.
- iii. **Quand vous présentez votre émission en studio** vous utiliserez la section « **Comment présenter votre émission** » ainsi que la couverture avec la présentation du thème, comme les « le saviez-vous », les faits, les conseils, que vous pouvez utiliser quand vous présentez en direct.
- iv. **Dans les « émissions échantillons », vous trouverez des références aux chapitres précédents de ce manuel, pour vous aider à produire et présenter votre émission de radio.**

