

(((((UNIKOM))))))

UNION NICHT-KOMMERZORIENTIERTER LOKALRADIOS

RAWIK

Radio Aus- und Weiterbildung im Interkulturellen Kontext

Erarbeitet von Fachpersonen von Radio LoRa, Radio RaBe,
Radio X und der Radioschule klipp+klang

Recherche

Technique

Ecrire pour la radio

Organisation d'émissions multilingues

Recherche

Interview

Feedback

Free Download: www.klippklang.ch/lehrmittel



Nutzungsbedingungen siehe Impressum

lorar
97,5 MHz

RaBe
RADIO 95.6 MHz



klipp+klang
radioschule

Impressum

Herausgeberin:

Union nicht-kommerzorientierter Lokalradios UNIKOM
www.unikomradios.ch

Vertrieb (im Auftrag der UNIKOM):

Radioschule klipp+klang
Schöneeggstrasse 5
8004 Zürich
Tel. +41 44 242 00 31
info@klippklang.ch
www.klippklang.ch

Im Projekt **RAWIK** wurden 2010 bis 2011 Kurskonzepte und begleitende Lehrmittel für die Radio Aus- und Weiterbildung erarbeitet. Die Lehrmittel stehen allen AusbilderInnen und SendungsmacherInnen der nicht kommerziell arbeitenden Radios zur Nutzung zur Verfügung.

RAWIK gewann 2011 den Anerkennungspreis der 6. Medien-Awards des Vereins Qualität im Journalismus.

Projektleiter: Juan Widmer

Textbearbeitung: Adriane Borger (mehrsprachige Sendungsgestaltung, Schreiben fürs Radio, Feedback), Nicole Niedermüller (Interview, Recherche), Lucia Vasella (Technik)

Redaktionelle Mitarbeit: Simon Grab, Bianca Miglioretto, Linda Muscheidt, Liselotte Tännler

Übersetzung: Nicole Weiss / Übersetzungsbüro weiss-translations.ch

Korrektorat: Claudia Bislin

klipp+klang 
radioschule

© unikom 2012



Dieses Werk ist unter einer Creative Commons Lizenz vom Typ Namensnennung-NichtKommerziell-KeineBearbeitung 3.0 Schweiz zugänglich. Um eine Kopie dieser Lizenz einzusehen, konsultieren Sie <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/ch/>.



Finanzielle Unterstützung:



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Bundesamt für Kommunikation BAKOM
Office fédéral de la communication OFCOM
Ufficio federale delle comunicazioni UFCOM
Uffizi federal da comunicaziun UFCOM



Schweizer Syndikat Medienschaffender Syndicat suisse des massmedia Sindacato svizzero dei mass media Sindacat svizzer dils mediums da massa

(((((UNIKOM))))))
UNION NICHT-KOMMERZORIENTierter LOKALRADIOS

Mit Genehmigung von:

kopaed verlagsgmbh, D-81539 München

Hessische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (LPR Hessen), D-34131 Kassel

Bildungszentrum BürgerMedien e.V. (BZBM), D-67072 Ludwigshafen

Radioschule klipp+klang, CH-8004 Zürich

 **kopaed** 

Bildungszentrum
BürgerMedien

 **LPR**
h e s s e n

klipp+klang
radioschule

La recherche

La recherche journalistique, c'est se procurer des informations de manière autonome par opposition au simple traitement de communiqués de presse, de documents d'agences ou de conférences de presse.

La recherche journalistique recueille le plus d'informations diverses possibles qui éclairent un certain sujet à partir de différents points de vue contradictoires. Toutes les informations qui font l'objet d'un travail journalistique doivent s'appuyer sur des recherches. Si les informations ne peuvent pas être vérifiées, il faut en indiquer les sources.

Important : travailler soigneusement !¹

1^{ère} question : qu'est-ce qu'il y a de vrai ?

Est-ce que ce que tu as entendu est vrai ? Tout d'abord, tu dois te familiariser toi-même avec le sujet car ce n'est que lorsque tu as déjà des informations sur le fond que tu peux poser des questions ciblées. Y a-t-il déjà des informations publiées sur le sujet ? Qu'y a-t-il à ce sujet dans les archives, sur Internet, dans des statistiques, etc.

Maintenant, tu peux saisir ton téléphone et, avec de bonnes informations de fond, poser des questions ciblées, demander des chiffres, etc.

Lorsque ces questions ciblées ont pour résultat que ce que j'ai entendu est faux, la recherche est terminée et c'est tout ! S'il y a effectivement quelque chose de vrai, la recherche continue avec la question de savoir pourquoi cela est ainsi.

2^e question : qu'est-ce qui manque ?

Maintenant, il s'agit de trier les données qui ont fait l'objet de recherches, de les sélectionner et de vérifier si les témoignages sont clairs et peuvent donc être cités. Il faut décider si on en fait une information ou une contribution avec un enregistrement d'origine – suivent alors des interviews, par exemple avec des statisticiennes qui interprètent des chiffres, avec des scientifiques qui donnent des débuts d'explications, avec des personnes concernées qui parlent de leurs expériences.

Planification de la recherche

Pour faire de la recherche, il est important de procéder de manière systématique et de réfléchir à ce qui doit être effectivement trouvé. C'est ici qu'un fil conducteur rend bien des services en aidant à délimiter le sujet et à éviter que l'on ne s'éparpille au cours de la recherche. Comme personnes pouvant donner des renseignements pour des recherches, on peut avoir recours à des experts, à des scientifiques, à des archives, des bibliothèques, des banques de données, à des observateurs indépendants et à des personnes concernées.

Les informations recueillies aident à cerner les lignes de conflit et à apprendre à connaître les différentes positions, perspectives et les différents intérêts. Parfois, l'intérêt de l'information provenant des recherches peut également changer au cours des recherches. Il faut alors réfléchir pour savoir quelles sont les sources qui peuvent aider, maintenant que la question de départ est modifiée.

¹

Selon klipp+klang (2008 : 7)

Ecouter les différents avis !

Chaque problème a plusieurs aspects – et il faut en tenir compte dans les recherches. La journaliste doit réfléchir à la perspective qu'elle veut prendre. Elle a conscience de son angle de vue et réfléchit à la manière d'évaluer différentes sources et prises de position.²



Illustration de Sandra Uhlitzsch (Sandruschka), Interaudio (2006 : Recherche und Nachricht)

Sources possibles de savoir

- Observations sur place
- Contacts téléphoniques et personnels avec : les personnes directement concernées, les personnes indirectement concernées, les spécialistes, les autorités, les groupements de citoyens et citoyennes, les groupements d'intérêts, les ONG, les partis, associations, etc.
- Articles de journaux, médias électroniques, Internet, banques de données, statistiques, rapports de congrès
- Archives, p. ex. archives de journaux, bibliothèques universitaires, les archives fédérales ou les Archives Sociales Suisses
- Annuaire (et/ou ETV), Publicus, annuaire fédéral, listes d'associations spécialisées, ouvrages de référence, etc.
- Renseignements auprès des services officiels tels que registre de commerce, contrôles des habitants, poste (qui se cache derrière une adresse de boîte postale ou un compte chèque postal ?), office du registre foncier fédéral, administration fédérale des contributions, office des automobiles et de la navigation, office de recouvrement, tribunaux, communes et administrations municipales

2 Selon Interaudio (2009 : Recherche und Nachricht)

A noter :

- Il n'y a pas de « recette » qui donne les sources correctes ou idéales. Pour chaque recherche, le journaliste doit réfléchir à nouveau et également tenter sa chance !
- Il faut être prudent avec les informations provenant d'une seule source.
- Les journalistes sont très critiques par rapport à leurs sources. La source est-elle vraiment sérieuse ? Les auteurs sont-ils connus ? S'agit-il de spécialistes ? Les affirmations sont-elles prouvées, les preuves et exemples sont-ils pertinents ? Les journalistes comparent différentes sources sur un sujet !³

La recherche sur Internet

Sur Internet, on trouve des banques de données, des lexiques tels que Wikipedia, des informations de fond, des organisations, des expertes, des blogs et des réseaux sociaux qui servent à la recherche.

Même les informations sur Internet sont souvent sélectives. C'est pourquoi, il faut faire une recherche croisée par l'intermédiaire d'une source en dehors d'Internet car souvent les informations sont transmises sur Internet sans être vérifiées et réapparaissent toujours sous la même forme (incorrecte). La répétition ne rend pas l'information plus vraie, au contraire cela peut aussi signifier que différentes sites ont tout simplement recopié ces informations l'un sur l'autre. Il faut donc également garder un oeil critique par rapport aux sources Internet !⁴

Sources

Interaudio (2006). Materialien für die interkulturelle Radioausbildung. Planung und Gestaltung einer Magazinsendung. Antje Schwarzmeier et Ulrike Werner. Hessische Landesanstalt für privaten Rundfunk (LPR Hessen).

klipp+klang radioschule (2008). Merkheft für die radiojournalistische Grundausbildung.

³ Selon Klipp + Klang (2008 : 7)

⁴ Selon Interaudio (2009 : Recherche und Nachricht)