

(((((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

Ecrire pour la radio

Technique

Ecrire pour la radio

Organisation d'émissions multilingues

Recherche

Interview

Feedback

Free Download: www.klippklang.ch/lehrmittel



Nutzungsbedingungen siehe Impressum

lorra
97,5 MHz

RaBe
RADIO 95.6 MHz

Radio 

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-traductions.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



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

(((((UNIKOM)))))

UNION NICHT-KOMMERZORIENTIERTER LOKALRADIO

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**


h e s s e n

**klipp+klang
radioschule**

Le langage de la radio : écrire pour être écouté¹

Il ne faut pas avoir peur de parler !

Beaucoup de gens ont peur de parler à la radio parce qu'ils pensent qu'ils ne parlent pas assez « bien ». Ils pensent peut-être cela parce qu'ils ont un accent, qu'ils parlent un dialecte ou parce qu'« ils n'ont pas une voix pour la radio ». Mais qui est-ce qui définit en fait qui parle « bien » ou pas, ce qui est correct et ce qui ne l'est pas ? Car justement la langue parlée est quelque chose de très individuel. Néanmoins, des règles et conseils aident à s'exprimer de manière compréhensible à la radio.

Le langage de la radio est le langage parlé

Lorsque nous écoutons la radio, dans le meilleur des cas, nous sentons qu'on s'adresse à nous directement. Et ce, d'autant plus que la personne qui parle s'adresse à nous dans un langage qui se rapproche du « notre ». Donc dans un langage avec lequel nous communiquons au quotidien.

Même si on a souvent l'impression en écoutant la radio que l'animateur parle « spontanément », les apparences sont trompeuses : les textes de la radio sont bien préparés et sont souvent entièrement rédigés à l'avance. Car, à la différence de la langue de tous les jours, à la radio les propos doivent être parvenir aux auditrices clairement, directement et sans mots superflus. Les informations sont bien préparées, la chute réfléchi à l'avance, les figures de style, les exemples et comparaisons choisis de manière appropriée. Cependant, ces textes rédigés à l'avance doivent donner l'impression, à l'écoute, d'être « parlés directement ».

Ces textes n'ont pas grand-chose de commun avec la langue écrite apprise à l'école. Ecrire comme on parle nécessite beaucoup d'entraînement.

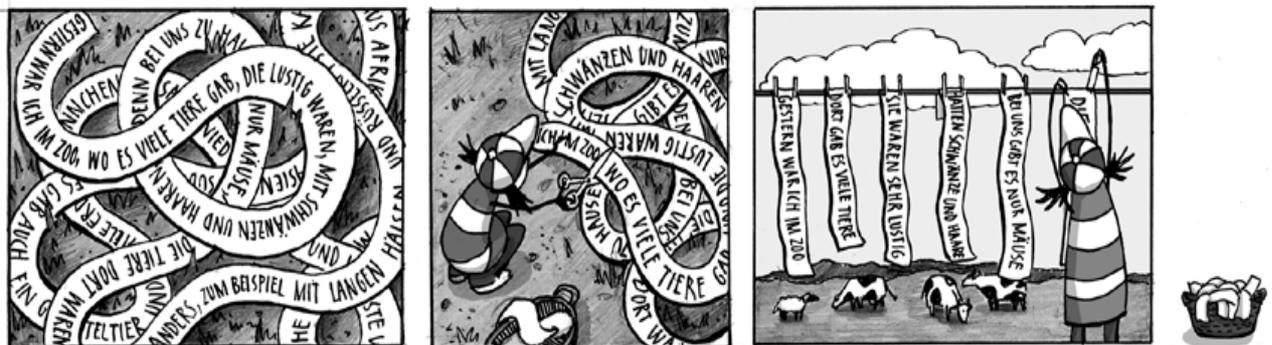
Rédaction et structure de textes pour la radio

Les textes pour la radio sont linéaires

Les textes pour la radio doivent être compréhensibles au moment où on les écoute. Pour que les auditeurs puissent suivre, un texte pour la radio doit être rédigé de manière simple et logique et être structuré par des éléments linguistiques.

Une construction de phrase simple : une information par phrase

Les idées importantes doivent être classées logiquement et être énoncées dans des phrases qui s'enchaînent. Les phrases compliquées sont bannies de la radio, il ne faut pas utiliser beaucoup de subordonnées.



¹ selon Interaudio (2007: Sprechen und Moderieren im Radio)

Sélectionner et réduire

Rédiger un texte clair et simple pour la radio veut dire se concentrer sur l'essentiel. Lorsque l'on veut écrire ce type de texte, il faut sélectionner les informations les plus importantes et les plus intéressantes parmi les informations dont on dispose. Cette sélection est subjective et c'est ce à quoi elle peut prétendre.

Qui ? Que ? Où ? Pourquoi ? Quand ? Combien de ?

Les questions suivantes aident à structurer et sélectionner. **Qui** parle/agit, etc. ? **Que** se passe-t-il ? **Où** ? **Pourquoi** ? **Quand** cela s'est-il passé ? **Combien de** ? etc.

Structure d'un texte pour la radio

Un texte pour la radio doit être rédigé de manière claire et simple. Sa structure doit être annoncée pour que l'auditrice puisse la suivre. La plupart du temps, c'est l'introduction qui joue le rôle d'un titre et qui annonce de quoi il s'agit. Pour la suite, les séquences d'idées doivent se suivre de manière logique et être liées les unes aux autres.

L'introduction

Les premières phrases doivent éveiller la curiosité puisque l'auditeur décide rapidement s'il souhaite continuer à écouter ou pas. Cela vaut donc la peine de bien réfléchir à l'introduction.

Les répétitions sont d'une grande aide pour la radio et sont permises (redondance)

Le fait de répéter des idées principales ou même des notions importantes dans le texte aide les auditrices. Des petits résumés de ce qui vient d'être dit, surtout avant de traiter un nouvel aspect, facilitent aussi l'écoute en permettant de bien suivre le contenu d'un texte. Cette répétition qui est souhaitée dans le texte pour la radio s'appelle, dans le langage technique, la *redondance*.

Conseils pour un langage clair et vivant pour les textes pour la radio

Le langage de la radio doit être très concret pour que l'auditrice puisse bien comprendre ce qui est dit. Des descriptions et des comparaisons imagées aident l'auditrice à se « faire une image ».



Etre concret plutôt qu'abstrait

La base d'une description linguistique claire est l'observation exacte et la compréhension lors de la recherche. Ce n'est que si on a vraiment compris quelque chose qu'on peut l'exprimer précisément.

Langage abstrait : *la flore typique du printemps*

Langage concret : des perce-neige, des crocus et des jonquilles

Les verbes font bouger

C'est aux verbes que les textes doivent d'être vivants et dynamiques. Il est important d'utiliser des verbes qui sont forts et figuratifs. Rien que pour le phénomène de « se déplacer sur deux pieds » il y a d'innombrables expressions : aller, courir, sauter, passer, flâner, se balader, se dépêcher, trotter, etc.

A l'inverse, le langage de la radio n'utilise pas de substantifs pour exprimer des actions. Seuls les bureaucrates le font.

Donc, ne pas dire : *faire une objection*

mais : objecter

Attention avec les adjectifs

Il y a des adjectifs descriptifs comme rouge, souple, clair, etc. qui font que l'auditeur se représente les images dans sa tête. Cependant, si l'on utilise trop d'adjectifs à la suite les uns des autres et trop peu de verbes, un texte donne une impression de rigidité.

Souvent, en plus du côté descriptif, un adjectif donne également une appréciation. Mais en tant qu'auditrice, j'aimerais me faire une opinion moi-même. Les adjectifs qui donnent une appréciation donnent facilement l'impression de vouloir me l'imposer.

Donc, ne pas dire : *Au studio, je salue maintenant un interlocuteur très intéressant.*

mais : Je salue maintenant Hans Meier. Il a composé la pièce.

Forme active au lieu de passive

Les phrases qui sont formulées à l'actif sont plus vivantes et interpellent directement l'auditeur.

Passif : *La pièce a été composée à 2500 mètres d'altitude*

Actif : Hans Meier a composé cette pièce à 2500 mètres d'altitude

À ÉVITER : explétifs, formules toutes faites, mots étrangers et langage technique

Les textes pour la radio doivent avoir le moins de fioritures possible. Une différence importante entre la langue de tous les jours et le langage pour la radio est qu'à la radio, on élimine tout ce qui est superflu.

Ce qui est dit doit l'être de manière claire. Souvent, les images sont mal placées, des comparaisons peuvent être boiteuses. Il faut donc toujours relire et réfléchir si, avec mon texte, je dis vraiment ce que je veux dire.

Il faut éviter le plus possible les mots étrangers, les termes techniques peu connus et les abréviations, ou alors les expliquer.

Attention aux nombres !

Les nombres sont très difficiles à comprendre à la radio, c'est pourquoi, il faut les éviter ou les simplifier. Si un nombre assez complexe est indispensable comme information, il faut le répéter au moins une fois dans le texte.

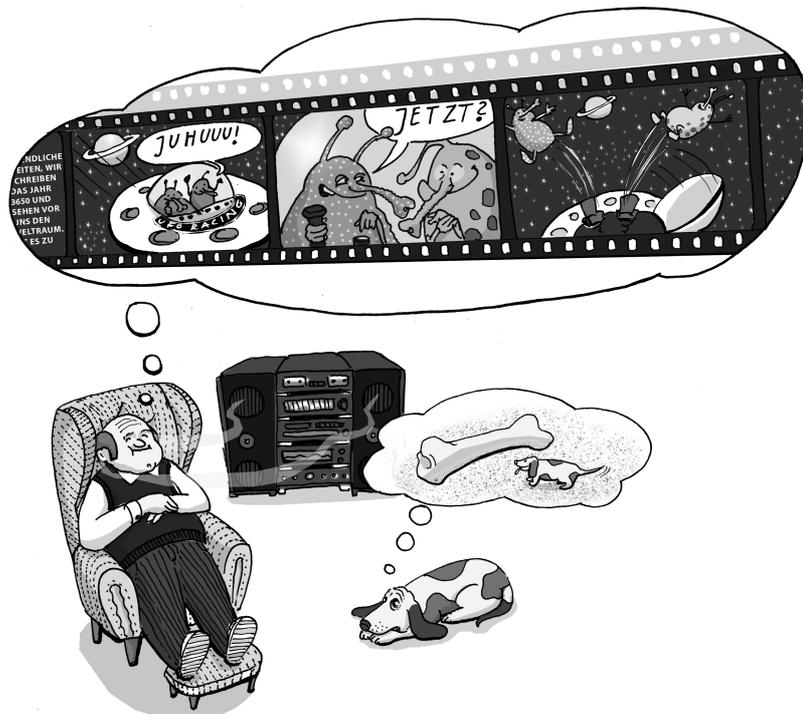
Au lieu de 23,7 pour cent il vaut mieux dire environ un quart

Au lieu de 2008 il vaut mieux dire il y a deux (cinq, dix) ans

Raconter en situations

Lorsque l'on décrit une situation, cela aide de choisir une perspective précise – dans l'espace, dans le temps ou d'une personne. La radio est alors du cinéma dans la tête de l'auditeur. Il vaut mieux décrire les situations de manière à éveiller tous les sens des auditeurs. Pour ce faire, on se pose les questions correspondantes : que ressent-on ? Comment est l'ambiance ? etc.

Exemple : Mercredi, tôt dans la soirée, Helvetiaplatz. Les gens affluent en petits groupes de toutes les directions sur la place. Chaque petit groupe a apporté son vin, son fromage, son pain – et ses couverts à fondue avec son réchaud et son caquelon.



Le rythme de la parole

Un texte dont toutes les phrases sont bâties selon le même principe est ennuyeux. La dynamique et le rythme d'un texte dépendent de la structure des phrases. Supprimer un verbe de temps en temps et entrer directement dans le vif du sujet rend le texte plus léger et s'approche du langage parlé.

Exemple : Période d'après-guerre à Bagdad. Il manque de tout mais la ville occupée est pleine de vie. C'est à peine croyable : tous les jours, il y a des centaines de manifestations culturelles. Le public y vient – malgré l'insécurité, les barrages de routes, les patrouilles militaires et les mises en garde contre le terrorisme.

Veiller à la bonne lisibilité

Pour bien pouvoir lire et parler un texte pour la radio, on utilise, en général, dans le manuscrit des caractères de 12-14 points et un interligne d'1,5. Une fois le texte entièrement rédigé, l'animatrice le lit à voix haute pour vérifier si elle peut bien parler ce qu'elle a écrit. Si la langue fourche, il faut modifier le texte à l'endroit correspondant.

Animation²

L'animatrice guide les auditeurs à travers l'émission. Les textes que l'animatrice parle dans le microphone s'appellent des « présentations ». L'animatrice

- oriente les auditeurs et leur donne une vue d'ensemble ;
- éveille l'intérêt pour les contributions à une émission en faisant des présentations attrayantes ;
- accompagne les auditeurs dans le programme et marque ainsi le « fil conducteur ». En fait partie : la configuration de transitions entre différents points du programme ;
- marque l'atmosphère d'une émission par sa personnalité et son style.

Technique d'animation, fiche de mots-clés

Pour les présentations, il est encore plus important que pour les autres textes pour la radio qu'ils paraissent, à l'écoute, racontés librement et non pas « lus à voix haute ». Cependant, les apparences sont trompeuses : les bonnes présentations sont que très rarement improvisées spontanément. Au contraire : les présentations doivent être bien préparées pour atterrir exactement là où il le faut et pour éviter les mots et formules toutes faites superflues.

L'animateur peut rédiger l'ensemble de son texte à l'avance et marquer les mots les plus importants avec un marqueur. Il peut aussi travailler avec une fiche de mots-clés. Comme mots-clés, à part les noms (substantifs), il convient surtout de noter des verbes et des adjectifs.

L'animateur ne doit pas utiliser de textes provenant d'Internet ou de journaux sans les avoir transposés dans son propre langage. Il ne doit pas non plus utiliser de mots qu'il ne connaît pas. Ceci ne paraît pas naturel et est souvent également incompréhensible³.

Le manuscrit de l'animation est différent pour chaque animation. Chacun doit tester différentes formes et trouver celle qui lui convient le mieux.

Parler dans le microphone⁴

L'attitude de communication

Le fait que les auditrices sentent qu'on s'adresse à eux dépend principalement de ce qu'on appelle « l'attitude de communication ». L'auditrice sent si l'animatrice s'adresse effectivement à son public ou si elle tient un monologue. La difficulté consiste en ce que l'animateur est la plupart du temps seul dans un studio de radiodiffusion ; il ne voit donc pas les nombreux auditeurs à qui il veut s'adresser.

C'est pourquoi, une règle simple est de s'imaginer les auditrices au studio. Si l'animatrice s'adresse à une personne réelle, l'expression, le timbre de sa voix change. Un petit conseil : il suffit de poser un animal en peluche ou une photo sur le pupitre de mixage pour avoir un public « à qui l'on s'adresse » devant soi.

² selon Interaudio (2007: Sprechen und Moderieren im Radio)

³ Programmkommission Radio RaBe (2008: 2)

⁴ selon Interaudio (2007: Sprechen und Moderieren im Radio)



Il y a de nombreuses manières de s'adresser à l'auditrice : lire à voix haute, faire une lecture sélective, raconter, commenter, exposer, déclamer, énoncer, citer, décrire, dépeindre, transmettre, rapporter, communiquer, informer, expliquer, rendre public, annoncer, etc. L'animateur doit réfléchir quelle attitude il prend en tant que speaker.

Parler, penser et sentir forment une unité

Ce n'est que lorsqu'elle pense et comprend ce qu'elle dit, ce n'est que lorsqu'elle voit devant lui ce qu'elle raconte, ce n'est que lorsqu'elle est présente avec ses pensées et sentiments dans le texte qu'elle peut véhiculer le texte en le parlant correctement. En d'autres termes : **ce que la speakerin n'a pas en tête et ce qu'elle ne ressent pas au fond d'elle-même, elle ne l'exprime pas non plus avec sa voix.**

Indications techniques pour parler dans le microphone⁵

- La distance entre le microphone et la main devrait être d'environ une largeur de main.
- Si possible, le microphone devrait être au-dessus de la bouche pour que les consonnes sifflantes, chuintantes et explosives passent sous le microphone.
- Se tenir bien droit devant le microphone, les deux pieds posés fermement par terre, inspirer calmement et profondément. Ainsi, la voix devient plus ronde et plus chaude et les cordes vocales ne sont pas surmenées.
- Toujours porter un casque audio, afin d'entendre les bruits secondaires non souhaités (bruissement de papier, le cliquement nerveux du stylo) et de mixer correctement la voix et la musique.
- Se concentrer sur son manuscrit.
- En cas de faute, faire une petite pause, inspirer encore une fois profondément (mais pas dans le microphone !), retrouver sa concentration et reprendre la dernière phrase prononcée. Ne pas s'excuser. Les auditeurs ont rapidement oublié la petite erreur.

⁵ selon des documents de cours pour cours de base (2001) de Bianca Miglioretto (non publiés)

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.

Radio RaBe Programmkommission (2008). Mehrsprachige Sendungsgestaltung. Empfehlungen der Programmkommission (PK).

Inter.Media, Intercultural Media Training in Europe. Handbuch für TrainerInnen, MitarbeiterInnen und RedakteurInnen. kopaed, München (2006)

Documents de cours pour cours de base (2001) de Bianca Miglioretto (non publiés)