

Comment une RADIO fonctionne-t-elle ?

Vous passez à la radio ! Présenter un projet, participer à un débat, répondre aux questions des journalistes et des auditeurs... L'exercice n'est pas facile : il va vous falloir convaincre et séduire, en quelques minutes, des interlocuteurs que vous ne voyez pas. **A lire, avant de vous rendre dans les studios !**

La règle d'or

En radio, tout s'entend : le sourire, la gêne, le trac, la volonté, la joie, la fatigue... Impossible de tricher avec sa voix !

- Pensez-y : le vocal (la « manière de dire les choses ») a plus d'impact sur votre interlocuteur que le verbal (la « nature des mots, du discours »).
- Inutile de chercher à devenir quelqu'un d'autre, ne serait-ce que pour quelques secondes. Adressez-vous au journaliste avec naturel : il est un intermédiaire entre vous et les auditeurs.



*Le journaliste,
un intermédiaire entre vous et les auditeurs*

DE L'ACCUEIL AU STUDIO... Visite guidée d'une station radio

ACCUEIL

Il s'agit de l'un des points névralgiques d'une radio. Le standard est l'interface entre la structure et le monde extérieur, mais également votre premier relais pour joindre les journalistes



REDACTION

Ordinateurs, téléphones, bannettes, panneaux d'affichage, armoires de rangement... Entre concentration et brouhaha permanent, la rédaction est le lieu où se traitent toutes les informations

STUDIOS

Le journaliste vous fait entrer dans un espace clos, insonorisé, comprenant micros et casques. Sur le plateau, une lumière rouge s'allume... Vous êtes en direct !

REGIES

Derrière la vitre, un technicien : il s'assure du bon déroulé de l'enregistrement. Il utilise un ou plusieurs bancs de montage. La régie est un espace de technologie

ESPACE TECHNIQUE

Machines en tous genres... Dans ce lieu, on enregistre l'antenne 24h sur 24, on stocke le matériel, on récupère les données via les satellites, etc.

SALLE DE REUNION

Dans cet espace s'organisent les réunions de rédaction, de programmation, d'antenne. Il n'est pas ouvert au public.

BUREAUX ADMINISTRATIFS

Une radio est aussi une entreprise, avec ses services commerciaux, Comptabilité, Ressources Humaines, Direction, etc.

DISCOTHEQUE

Plusieurs centaines de CD sont répertoriées à cet endroit. La plupart est également enregistrée sur des banques de données informatiques

« C'est typique des médias ! »

J-2 : un journaliste vous a contacté par téléphone : « Rendez-vous, mercredi, à 7h45, pour un passage à l'antenne à 8h00 ». Vous savez qu'il s'agit d'une heure de grande écoute... On vous a accordé trois minutes pour présenter votre projet... 3 minutes, alors que votre équipe planche depuis 6 mois ! « C'est typique des médias », pensez-vous, pas rassuré pour autant... Et si tout cela avait une réelle justification ?

► Les grilles d'antenne radio sont figées pour l'année et ne peuvent être modifiées qu'en raison de temps forts particuliers. Une émission de fond s'étendra sur 45 minutes, un journal sur 7 minutes, une interview sur 12 minutes, etc. (*Ces durées ne sont qu'indicatives*). Le journaliste, en accord avec sa rédaction, estime que trois minutes suffisent à transmettre votre message à ses auditeurs. Faites-lui confiance : son métier consiste à savoir jauger la valeur d'une information au regard du reste de l'actualité et des attentes de son public.

► Prédéterminés, les temps d'antenne (« la grille d'antenne ») correspondent à des études poussées sur les capacités et les disponibilités d'écoute des auditeurs. Difficile de suivre une émission culturelle sur le Classicisme à 7h30, tout en prenant un petit déjeuner brumeux ! En *Matinales* (c'est le nom donné à la tranche horaire 6h-9h), les radios favoriseront des formats courts. Les journalistes sont ainsi les premiers à adapter leurs messages aux modes de vie de leurs interlocuteurs.

► Il est tout à fait possible de synthétiser une information, aussi complexe soit-elle, en 3 minutes ! Il s'agit d'un exercice difficile certes, mais réalisable. Citons par exemple ce philosophe, qui proposait sur une grande station une définition de la démocratie en quelques instants, ce politologue expliquant en deux minutes la différence entre « un temps d'antenne équitable » et « un temps d'antenne égal » (dans le cas d'une campagne présidentielle), ce religieux évoquant le cœur de sa croyance, etc. Le point commun de ces interventions, véritables trésors de concision : l'attention que ces personnes portaient à leur interlocuteur et leur capacité à choisir les messages essentiels, sans les surcharger de détails.

Isabelle NOURY

Communication Réactive

06 50 99 78 90

www.communication-reactive.com



LES 10 COMMANDEMENTS DE L'INTERVIEWÉ

1 Soyez le plus naturel possible. En radio, la manière de dire les choses est aussi importante que le contenu du discours. Pour preuve : les auditeurs essaient souvent d'imaginer le visage et l'allure de l'invité, à travers le ton de sa voix, son vocabulaire, etc.

2 Répondez directement à la question du journaliste, qui attend une réponse claire et explicite dans les 30 premières secondes.

3 Ne développez qu'une idée par phrase.

4 Vulgarisez le message. La capacité de concentration d'un auditeur peut être limitée par une autre action : conduite, lecture, repassage... Néanmoins, sur la forme, restez en cohérence avec la nature du sujet évoqué.

5 Agrémentez le discours d'anecdotes et d'exemples clairs.

6 Ne prenez pas le journaliste à partie, ne vous adressez pas directement à lui. Ses questions sont absolument unilatérales ! Une exception cependant : si une question n'est pas claire, demandez une reformulation.

7 Ne pensez pas au temps : c'est le rôle de l'animateur, pas celui de l'invité. La notion de temps est d'ailleurs totalement modifiée dans les conditions du direct.

8 Ne lisez pas votre texte. Ne conservez que quelques mots ou chiffres clés, très lisibles. Deux ans de pratique quotidienne sont nécessaires au journaliste/animateur pour savoir lire un texte de manière parlée. L'écriture du texte elle-même est particulière.

9 N'apprenez pas votre texte par coeur. Apprendre par coeur revient à lire sans papier.

10 Enfin, répétez-vous que, si « l'écrit reste, les paroles passent... »