



UNIL | Université de Lausanne  
Institut d'études politiques et internationales  
bâtiment Géopolis bureau 4797  
CH-1015 Lausanne

# Le podcast audio comme outil d'enseignement et apprentissage : guide de production

Élaboré dans le cadre d'un projet du Fonds d'Innovation Pédagogique de  
l'Université de Lausanne et de l'enseignement de Sécurité Internationale  
Automne 2016

**Collaboratrices du projet :**

- Dr. Rahel Kunz : [rahel.kunz@unil.ch](mailto:rahel.kunz@unil.ch)
- Dr. Kujtese Bejtullahu Michalopoulos : [kujteseb@gmail.com](mailto:kujteseb@gmail.com)
- Dr. Ruxandra Stoicescu : [mariaruxandra.stoicescu@gmail.com](mailto:mariaruxandra.stoicescu@gmail.com)

**Lien projet FIP :** <https://sepia2.unil.ch/eet/projets/les-podcasts-comme-instrument-denseignement-et-dapprentissage-en-sciences-sociales/>

Faculté des sciences sociales et politiques  
Institut d'études politiques et internationales

|  |           |
|--|-----------|
| <b>Le podcast audio comme outil d'enseignement et d'apprentissage guide de production.....</b> | <b>3</b>  |
| <b>1. Introduction .....</b>   | <b>3</b>  |
| <b>2. Qu'est-ce qu'un podcast ?.....</b>   | <b>3</b>  |
| <b>3. Quelques différences entre un podcast et une émission radio « podcastée » .....</b>      | <b>3</b>  |
| <b>4. Qu'est-ce que le processus de production d'un podcast ?.....</b>                         | <b>4</b>  |
| <b>5. Formats de podcast audio .....</b>   | <b>4</b>  |
| L'entretien radio .....  | 5         |
| Le micro-trottoir .....  | 5         |
| Le reportage .....   | 8         |
| Le papier radio .....  | 9         |
| Le son «enrobé» .....  | 11        |
| Le journal .....   | 12        |
| La revue de presse .....   | 14        |
| La brève .....   | 14        |
| La chronique radio.....  | 15        |
| Le débat .....   | 17        |
| Le documentaire radio.....   | 17        |
| La création sonore .....   | 18        |
| <b>6. La voix .....</b>  | <b>18</b> |
| <b>7. Procédure de production d'un podcast audio .....</b>                                     | <b>20</b> |
| Légende .....  | 20        |
| <b>8. Etapes du processus de production d'un podcast .....</b>                                 | <b>20</b> |
| L'idée.....  | 20        |
| Le scénario .....  | 21        |
| Enregistrement .....   | 25        |
| Montage .....  | 27        |
| Mixage .....   | 27        |
| Export de fichier .....  | 30        |
| <b>9. Annexes.....</b>   | <b>31</b> |

## **Le podcast audio comme outil d'enseignement et d'apprentissage guide de production**

### **1. Introduction**

Ce document, rédigé dans le cadre du projet FIP 2016 « Les podcasts comme outil d'apprentissage et enseignement dans les sciences sociales », est un manuel de production de podcasts conçu comme outil complémentaire d'un cours en sciences sociales qui utilise la production d'un podcast comme appui d'enseignement, et d'apprentissage et d'évaluation. Les prémices de ce cours sont détaillées dans le projet FIP soumis à la Direction de l'UNIL et prônent l'utilité du podcast audio pour une assimilation et transmission plus créative et plus active des savoirs par les étudiant-e-s.

Ce document est conçu comme un guide à l'intention des étudiant-e-s participant dans un tel cours, sous la direction d'un ou plusieurs instructeurs/professeurs capables de guider la prise en charge d'un processus de production média. Le cours comporte un axe de production de contenu et un axe de production technique ; ce manuel se penche surtout sur des aspects techniques ; des questions de contenu sont abordées dans la mesure où ceci est pertinent pour clarifier ces dits aspects.

La structure de ce manuel suit le fil de production d'un podcast en mentionnant la définition de ce format et ses variations, son utilisation, sa contribution au processus d'apprentissage et communication des savoirs, l'articulation d'un scénario, l'enregistrement, le montage, le mixage et la mise en ligne des produits.

### **2. Qu'est-ce qu'un podcast ?**

Un podcast est un produit média, audio ou vidéo, accessible en ligne à tout moment par le public intéressé<sup>1</sup>. Pour le cours que vous suivez, un podcast est une production audio. Il faut noter également que le podcast est autant un produit, qu'une manière de diffuser un produit média « traditionnel » ; à savoir, spécifiquement, la plupart des émissions radio par le monde choisissent de « podcaster », ceci voulant dire qu'on peut les écouter au choix (selon la politique du droit intellectuel propre à chaque contexte). Cette manière de diffusion s'est répandue avec la prolifération des radios en ligne.

### **3. Quelques différences entre un podcast et une émission radio « podcastée »**

- le podcast est conçu d'emblée dans l'idée de diffusion à toute heure et possiblement dans tout espace – une émission radio suit une programmation thématique et horaire, ainsi qu'une ligne éditoriale possiblement plus restreinte ;
- le podcast peut transgresser les limites d'un format choisi (temps, ton – formel, prétentieux, détendu, humoristique, sérieux, scientifique, humaniste, détaché, impliqué, lapidaire, familial, déferrentiel, burlesque, etc. – par exemple, une émission scientifique d'habitude se fait avec un ton formel, alors qu'un podcast

---

<sup>1</sup> <http://www.dictionnaire.com/browse/podcast>

- peut choisir un ton plus enjoué pour rapprocher la matière du public - nombre de participants, etc.) alors qu'une émission radio qui annonce un certain format, ne le fait pas ; la durée d'un podcast varie selon le choix éditorial de son auteur-e. (pour ce cours, la durée du podcast est limitée à 8-10 minutes)
- les moyens de production d'un podcast peuvent être (et souvent le sont) moins performants que ceux d'une émission radio professionnelle ou semi-professionnelle ; donc, le contenu et l'idée deviennent d'autant plus importants dans la réalisation d'un podcast.

#### 4. Qu'est-ce que le processus de production d'un podcast ?

Les bénéfices d'un processus de production dérivent des multiples dimensions que les étudiant-e-s doivent intégrer dans leur produit média : recherche, travail d'écriture, travail avec le son et la voix, travail avec outils spécialisés ainsi qu'un travail de groupe. En plus, le fait de devoir transmettre un savoir et une analyse vers un public plus large donne une responsabilité qui n'est d'habitude pas engagée dans la rédaction d'un papier pour un cours. Ça donne souvent la possibilité d'être plus créatif en restant crédible.

Le processus de production d'un podcast comporte, néanmoins, quelques similarités avec la recherche pour la rédaction d'un papier académique.

Côté similarités, il y a le choix d'un sujet, d'un angle pour le traiter, la recherche et l'analyse (le traitement). Comme pour un papier académique, il faut vérifier et confronter ses sources, trier entre sources primaires et secondaires, les évaluer, mettre en œuvre l'analyse des données et ensuite choisir une structure et un format pour présenter et rédiger l'analyse.

L'aspect « écriture » d'un podcast comporte plusieurs phases comparé à l'écriture d'un papier. Car l'écriture se fait autant au niveau du choix du format, de la rédaction de scénario, que de l'enregistrement, du montage et du mixage. Le plus important, dans un podcast on écrit pour parler et pour faire entendre.

La réalisation d'un podcast présuppose une réflexion plus poussée quant au public auquel il s'adresse, ainsi qu'une variation entre les registres de langage choisis pour transmettre un message.

#### 5. Formats de podcast audio

Cette partie du manuel passe en revue les formats les plus fréquents rencontrés dans la production audio, allant de la radio « traditionnelle » à des formes hybrides ou émergentes. Tout en sachant que certains formats, comme la narration d'une histoire, le documentaire créatif, ou l'entretien informel sont préférés par les producteurs/trices de podcasts indépendants, nous considérons nécessaire de se familiariser avec d'autres formes d'expression audio et radiophonique.

Les formats sont détaillés dans ce manuel afin de donner des pistes pour mieux appréhender le processus de production et réalisation audio. Pour les podcasts à produire dans ce cours il est possible de choisir parmi eux, ou inventer son propre format à partir des principes rencontrés dans ces exemples.

A noter que dans le cadre de ce cours il y a une dimension artificielle de production, car selon ce qui est choisi comme format et selon la matière à utiliser il faudra occasionnellement inventer une réalité, un statut, un expert, un sujet à traiter, etc. Le fait de travailler avec le thème spécifique de la sécurité internationale et ses différentes déclinaisons constitue une contrainte par rapport aux choix de sujets possibles et probablement impliquera quelques modifications des formats présentés ci-dessus.

### L'entretien radio<sup>2</sup>

Un entretien peut se faire avec une ou plusieurs personnes, selon le sujet couvert. Dans la plupart des cas, à part les micro-trottoirs (voir ci-dessous), les questions abordées lors des entretiens sont envoyées à l'avance aux intéressés ; elles sont formulées sur la base d'une recherche préalable exécutée par le journaliste autour du sujet abordé. Selon sa durée (courte – 3 minutes – moyenne – 5-10 minutes – ou longue – 15 – 45 minutes) un entretien peut être inséré dans d'autres formats.

L'entretien peut être fait sur un ton de conversation (approche privilégiée par des podcasts et beaucoup d'émissions radio), visant à faire connaître un.e interlocuteur/trice ainsi que son message, ou sur un ton plus formel, afin d'obtenir des informations sur un sujet donné. Il y a également un style plus « belliqueux » dans la réalisation d'entretien. Il est utilisé surtout par des journalistes « stars » qui sont sûrs de leurs informations et tiennent à prouver que l'interlocuteur/trice ne veut ou ne peut pas aborder un certain sujet. Généralement, ce dernier type d'entretien tend à être plus court et inséré dans d'autres formats.

#### Encadré 1 : Techniques d'entretien audio

(Source: 24h dans une rédaction - <http://www.24hdansuneredaction.com/radio/8-les-techniques-dinterview/>)

Que ce soit en direct en studio ou dehors en reportage, l'interview se pratique tous les jours à la radio. C'est sa richesse de donner la parole à un maximum de gens. Parce qu'ils ont quelque chose à dire, parce qu'ils apportent une information, réagissent en tant que politiques, chefs d'entreprise, artistes, personnes ordinaires... à un événement. La radio ne se fait pas dans une bulle, elle est en contact avec ses auditeurs/trices. Mais comment bien interviewer ? Voici quelques règles.

#### Avant l'entretien

*Première démarche* : se documenter, connaître son sujet, le profil de la personne en face.

*Préparez vos questions* : aidez-vous de notes pour les poser dans un ordre logique.

*Présentez-vous* : que ce soit au téléphone pour prendre rendez-vous ou quand vous arrivez pour l'entretien. Dites qui vous êtes, pour qui vous travaillez, ce que vous allez faire de l'entretien (diffuser des extraits, une grande partie, l'intégrale...).

Mettez à l'aise votre invité.e en lui disant l'angle que vous avez choisi, les thèmes que vous allez aborder.

<sup>2</sup> Exemples : Le grand entretien, RTS, <http://www.rts.ch/play/radio/le-grand-entretien/audio/bernard-debarbieux-lespace-de-limaginaire?id=7844006>; Entretien dans une émission RTS, <http://www.rts.ch/play/radio/tout-un-monde/audio/entretien-avec-bastian-obermayer-premier-destinataire-des-panama-papers?id=8000840>.

**Pendant l'entretien**

*Posez des questions ouvertes* : commencez vos questions par « pourquoi » ou par « pensez-vous que »... plutôt que par « est-ce que... ? » De façon à éviter que votre interlocuteur/trice réponde par oui ou par non. Néanmoins, quand vous considérez nécessaire d'avoir sur le son une réponse oui/non claire, il est possible de le solliciter.

*Posez une seule question à la fois* : si vous en posez plusieurs, votre interlocuteur/trice répondra à la dernière, et il aura oublié les autres... et vous aussi.

*Posez des questions, n'affirmez pas votre position* : vous n'êtes pas là pour prendre parti, faire un discours, un commentaire. Votre but, c'est d'avoir de bonnes réponses. Et pour cela, vous avez réfléchi à des questions les plus pertinentes possibles.

*Ecoutez les réponses* : il y a toujours des éclairages, des explications à demander.

*Sachez couper et interrompre poliment* : c'est souvent le propre des hommes politiques de faire de grandes digressions pour ne pas répondre. Ramenez-les dans le chemin que vous vous êtes fixé : l'objet de votre entretien.

*Sachez aider votre interlocuteur/trice* : il y a des gens peu bavards ou intimidés par le micro ; mettez-les à l'aise, reformulez vos questions.

Si votre interlocuteur/trice ne répond pas à la question ou s'il/elle vous répond par une question, c'est que la question est gênante ou délicate. N'hésitez pas à reposer calmement votre question. C'est vous celui qui dirige l'entretien, et donc vous êtes appelé à évaluer jusqu'où il est possible de pousser et insister et de quelle façon.

**Trucs du métier**

*Montrez que vous êtes intéressé-e* : regardez votre invité-e dans les yeux, hochez la tête, approuvez...

*Refusez les réponses lues* : parfois des gens arrivent avec des réponses écrites, dites-leur que c'est préférable d'avoir l'air naturel plutôt que lire leur texte à l'antenne.

*Pensez au montage pendant l'interview* : une bonne interview est une interview dont on peut extraire de bons sons.

*Avant de prendre congé, vérifiez votre enregistrement* : réécoutez la fin de l'interview pour voir si vous avez une qualité de son diffusable.

**Le micro-trottoir<sup>3</sup>**

Le micro - trottoir est une manière expéditive et souvent amusante de faire un entretien et « prendre le pouls » de la rue, d'une certaine catégorie sociale, professionnelle etc. (jeunes, femmes, hommes, médecins etc.) ou d'un événement en allant littéralement « sur le trottoir » et en posant des questions aux gens.

---

<sup>3</sup> Micro trottoir RTS à Yverdon, 2014, <http://www.rts.ch/play/radio/une-histoire/audio/un-micro-trottoir-realise-a-yverdon?id=5899950>.

## **Encadré 2 : Le micro - trottoir**

(Source : 24 heures dans une rédaction -

<http://www.24hdansuneredaction.com/radio/22-vox-pop-ou-micro-trottoir/>)

Une radio est en contact avec ses auditeurs/trices. Fréquemment, elle leur donne la parole. Le reporter va les chercher dans la rue, là où ils sont. C'est ce qu'on appelle un micro-trottoir ou Vox Pop.

### **Durée d'un Vox Pop**

1 minute et 30 secondes. Ou moins, si la rédaction choisit 1 minute.

### **Définition d'un Vox Pop**

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

### **Qui s'exprime dans un Vox Pop ?**

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

### **Où faire un Vox Pop ?**

Là où se trouvent les gens ordinaires : dans la rue, au marché, etc.

Combien de personnes s'expriment dans un Vox Pop ?

Six personnes est une bonne moyenne. Chaque personne s'exprime en moyenne une quinzaine de secondes. 6 multipliés par 15 secondes = 1 minute et 30 secondes. Si vous choisissez un format plus court : 4 à 5 personnes est un nombre suffisant.

### **Comment faire pratiquement un Vox Pop ?**

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

### **Comment présenter un Vox Pop ?**

Un vox pop n'est pas un sondage. Il n'a aucune prétention scientifique. C'est une illustration, une image. Il faut donc éviter les formules du genre : « les gens de telle ville ou tel quartier rejettent carrément cette option, comme en témoignent ces citoyens ».

Comme le reportage, le Vox Pop s'accompagne d'un lancement qui dit « QUI QUOI OÙ QUAND ? » et la question posée, l'angle. Le/la reporter écrit son lancement, le/la présentateur/trice le réécrit pour le mettre dans sa voix.

## Le reportage<sup>4</sup>

Le reportage est l'un des formats les plus « prisés » par les podcasteurs/trices amateur-es, car il est flexible, peut varier dans sa durée et laisse de l'espace à l'individualité de l'auteur-e. Il y a le reportage « d'information » et des reportages plus créatifs qui souvent débordent du côté du documentaire, en mélangeant différents codes d'expression audio (voir ci-dessus).

### Encadré 3 : Le reportage d'information

(Source: 24h dans une rédaction (<http://www.24hdansuneredaction.com/radio/18-le-reportage/>))

Le reportage est le geste professionnel premier, le geste de celui qui va chercher l'information là où elle se trouve : sur le terrain. Le reporter est donc un journaliste qui va couvrir les événements d'actualité pour les retransmettre aux auditeurs. Pour cela il doit préparer sa sortie, se documenter sur le sujet, préparer son équipement, choisir ses interlocuteurs/trices, prévoir ses angles de traitement du sujet.

#### Attitudes du reporter

Sur le terrain, le/la reporter fait preuve d'initiative, il/elle cherche les bon-ne-s interlocuteurs/trices, pose les bonnes questions. Il/elle observe, il/elle note. L'outil du reporter radio, c'est le son. Il/elle sait enregistrer une interview, prendre de l'ambiance, ramener des éléments sonores bien modulés.

#### Avant de partir : maîtrisez le sujet

Lisez les dépêches, communiqués, dossiers de presse, articles déjà écrits sur le sujet. Assurez-vous que vous comprenez bien. Vérifiez les noms, les faits, les dates, les chiffres pour être pris au sérieux par vos futur-e-s interlocuteurs/trices.

#### Déterminez l'angle

Quel(s) aspect(s) du sujet mettre en valeur ? De quelle façon éclairer le sujet pour le rendre compréhensible ? Qu'est-ce qui intéresse vos auditeurs ? Il/elle est impératif de se poser ces questions avant de partir. Vos collègues vous aideront à trouver les bons angles lors de la conférence de rédaction.

#### Faites une liste de questions

Ne rédigez pas mot pour mot votre interview, préparez un canevas, quelques notes qui reprennent les angles que vous voulez exploiter, les informations que vous souhaitez obtenir.

Vérifiez votre matériel

Batterie, micro (faites un test), bonnette anti-vent, vider la SD Card, perche

<sup>4</sup> Reportage RTS sur le Brexit à York, <http://www.rts.ch/play/radio/le-12h30/audio/reportage-a-york-aupres-de-pro-brexit?id=7807594>.

éventuellement pour prendre du son de loin, casque...

Sur le terrain : choisissez les bon.ne.s interlocuteurs/trices

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

- Les acteurs/trices : ceux qui sont concernés directement par l'événement, ils vont raconter, décrire, témoigner.
- Les expert-e-s : leur connaissance du sujet les rend crédibles, ils/elles peuvent expliquer, analyser, commenter.

**Sur le terrain : préparez vos interlocuteurs/trices à l'interview**

Assurez-vous que vous allez bien trouver vos interlocuteurs/trices. Sauf circonstances particulières, prenez rendez-vous. Expliquez aux personnes que vous êtes journaliste, que vous travaillez sur la radio XXX... Précisez bien que vous souhaitez une interview. Expliquez comment elle va être utilisée (extrait, interview montée...).

**En cours de reportage**

Vérifiez après chaque interview la qualité de votre enregistrement. Réécoutez les dernières phrases. Si ce n'est pas bon (exemple : coup de vent, bruit de moteur trop fort à côté...) recommencez. Votre interlocuteur/trice est à côté de vous. Il/elle comprendra si vous lui expliquez simplement.

**Ne laissez pas votre interlocuteur/trice prendre le micro**

C'est vous qui conduisez l'interview. Vous avez à surveiller la qualité du son.

Le reportage « créatif » reprend la plupart des principes du reportage « d'information » en opérant un changement de ton, en laissant l'angle se développer au contact avec le terrain, en permettant l'intervention de l'auteur-e. et de ses idées ou lecture de la situation de manière explicite. Il/elle contient également plus d'éléments d'ambiance sonore, musiques et sons seuls.

**Le papier radio<sup>5</sup>**

Le papier est ce qui peut introduire un reportage, présenter un thème, annoncer un débat ou « la couleur » du son. Il représente un exercice idéal d'écriture radiophonique. C'est l'un des meilleurs moyens de développer la voix d'un-e auteur-e. et même si vous ne l'utilisez pas dans le produit final, il est utile de s'exercer à cette écriture.

---

<sup>5</sup> Papier radio France Culture, <http://www.franceculture.fr/emissions/lhumeur-du-matin-par-guillaume-erner/la-construction-dun-mur-vegetalise-calais-la-france>.

**Encadré 4 : Le papier radio**

(Source: 24h dans la vie d'une rédaction

(<http://www.24hdansuneredaction.com/radio/23-le-papier-radio/>)

Le papier radio est un article court – 25 lignes maximum. Sa durée : moins de 1 minute, C'est le texte que le journaliste écrit et lit dans sa voix. Il peut être en direct ou enregistré. En reportage, il se fait au téléphone. Mais quel que soit le cas de figure, le papier a une structure : un début, un milieu, une fin. Une phrase d'accroche, une chute. Il ne répète surtout pas ce qu'il y a dans le lancement. Il répond à la question Comment/Pourquoi ?

**Quand faire un papier ?**

Deux facteurs amènent à traiter un sujet sous la forme d'un papier :

- La nécessité. Vos interlocuteurs/trices refusent d'être enregistré-e-s, mais acceptent de vous donner des informations. Ou alors il n'y a pas d'interlocuteur/trice possible, vous n'avez pas de source orale.
- Le choix rédactionnel. Parfois il est plus opportun de faire un papier qu'un son. Par exemple, vous devez analyser ou expliquer un sujet complexe.

**Différents types de papiers**

Il existe deux types de « papiers » :

- Le papier de desk est un papier rédigé sans sortie en reportage. Le journaliste travaille dans la rédaction. Il traite des informations qui lui viennent de différentes sources. Il utilise le plus souvent des dépêches d'agences de presse, des articles de journaux, des textes et documents divers. Le journaliste complète ces informations en effectuant des recherches sur Internet et en utilisant le téléphone.
- Le papier de reportage est le produit d'un reportage. Pour le réaliser, le reporter va collecter des informations sur le terrain. Il observe, prend des notes, pose des questions sur le sujet qui l'intéresse.
- Avant de rédiger un papier :
- Vérifiez d'abord qu'il ne vous manque aucun élément, que vous maîtrisez le sujet. Ensuite, vous trie et organisez la matière que vous avez collectée. Concentrez-vous sur l'angle que vous devez traiter. Pour cela, écartez tout ce qui ne concerne pas cet angle.
- Mettez de côté les informations qui permettront au présentateur de lancer votre papier, et rédigez votre lancement.
- Préparez l'ordre dans lequel vous allez rédiger vos informations : il doit être logique, faciliter la compréhension des auditeurs. Choisissez soigneusement votre première et dernière information, l'attaque et la chute.

**Après la rédaction du papier**

Mettez le papier en page. Utilisez un gros corps de caractère (et un triple interligne). Aérez le texte en fonction de son sens. Notez les respirations. Un texte bien mis en page a toutes les chances d'être bien dit à l'antenne.

**N'oubliez pas la mise en bouche.**

Répétez plusieurs fois votre papier avant d'aller en studio ou de l'enregistrer, parlez-le, dites-le à haute-voix.

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

**Le son «enrobé»<sup>6</sup>**

Ce type de son représente une transition entre le reportage d'information et le reportage créatif, en combinant la lecture de l'auteur-e. avec d'autres enregistrements, tels que des entretiens ou des sons d'ambiance. Le son enrobé peut constituer une option intéressante dans la transmission d'idées ou des savoirs abstraits, qui demandent une métaphore ou une manière spéciale pour passer plus facilement vers le grand public.

**Encadré 5 : Le son enrobé**

(Source: 24h dans une rédaction (<http://www.24hdansunerediton.com/radio/21-le-papier-plus-son-ou-enrobe/>))

Le papier-plus-son, comme son nom l'indique, est un texte enregistré avec un ou plusieurs sons. Le texte enrobe le son, d'où le nom d'enrobé. Les Anglais l'appellent package, pour eux, c'est le vrai reportage, report.

Il y a plusieurs formes d'enrobés : du simple avec un son, aux plus complexes avec plusieurs sons, des ambiances. C'est le reportage vivant.

L'enrobé comme le son se lance avec un lancement qui donne à la fin le nom du journaliste et l'angle de son reportage.

**Voici trois schémas possibles :**

**Enrobé avec un son**

**Lancement - angle du reportage :**

Texte du journaliste 20 » Son extrait d'interview 30 » Texte du journaliste 10 »

**Avec plusieurs sons**

Texte 1 Son 1 Texte 2(relance) Son 2 Texte 3

**Avec des ambiances**

Texte 1 Son 1 Texte 2 Son 2 Texte 3  
ambiance ambiance ambiance

<sup>6</sup> Exemple son enrobé <http://www.franceculture.fr/emissions/lactualite-musicale/touche-francaise-la-musique-resonne-mieux-avec-toi>; Le billet économique France Culture <http://www.franceculture.fr/emissions/le-billet-economique/hinkley-point-une-bonne-nouvelle-pour-qui>

Les possibilités sont multiples. Le journaliste peut exercer sa créativité (mettre plus de sons). Mais attention au TEMPS.

**Deux recommandations :**

Sous les voix, on baisse toujours un peu l'ambiance (mixage). La voix doit rester compréhensible.

On commence et on termine par un léger fade, c'est plus joli. Cela évite que le son arrive comme une brute et termine. Le technicien mixe la voix du présentateur sur la dernière ambiance, c'est encore plus joli.

**Durée d'un enrobé :**

Dans un journal de 1 à 2 minutes, plus hors journal ou en magazine.

Cela dépend des choix de votre rédaction. Sachez seulement qu'au-delà de 3 minutes, l'oreille humaine a besoin de changements. Dans un journal radio, cela se traduit par un changement de sujet.

**Comment s'y prendre ?**

- Selon la même procédure que pour monter un son.
- D'abord monter les sons – courts – 30 /20 ou moins.
- Isolez les ambiances sans les monter. C'est facile de les raccourcir sur la timeline.
- Ensuite on calcule le temps de tous ses sons et on écrit son texte en fonction du temps qui reste.
- ENREGISTREZ votre texte après l'avoir bien murmuré.
- Mettez TEXTES et SONS bout à bout ou sur deux pistes.
- Si c'est encore trop long : réduisez les sons ou enlevez du texte.

**Le journal<sup>7</sup>**

Ce format est caractéristique au médium de la radio et de la télévision. Si vous optez pour la réalisation et production d'un format de journal d'informations, l'exigence est de se rapprocher le plus possible de la réalité du terrain et donc, imaginer la présence d'une rédaction, un public cible et un créneau de la journée quand ce journal passerait sur les ondes. Un journal peut inclure un ou plusieurs autres formats, tels que ceux énoncés précédemment.

---

<sup>7</sup> Journal RTS 6h du matin <http://www.rts.ch/la-1ere/programmes/le-journal-de-6h/>; Journal France Culture 6h du matin <http://www.franceculture.fr/emissions/journal-de-6h30/journal-de-6h30-vendredi-16-septembre-2016>; Journal France Inter <https://www.franceinter.fr/emissions/le-journal-de-7h/le-journal-de-7h-16-septembre-2016>.

**Encadré 6 : Le journal**

(Source: 24 h dans une rédaction (<http://www.24hdansuneredaction.com/radio/10-le-journal/>))

Présenter un journal engage la responsabilité du présentateur et de toute l'équipe. Un journal est fait de titres, de lancements, de reportages et de brèves. C'est une musique. Sa durée est de 10 à 15 minutes, ou plus selon le choix de la radio. En général, on trouve plusieurs journaux le matin, un grand journal à la mi-journée, un grand journal du soir. Comme tout en radio, un journal se prépare, s'écrit, se met en bouche et se dit à l'antenne.

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

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

La première chose à faire est de relire les notes que vous avez prises pendant la conférence de rédaction. Cela vous permettra de vérifier que vous avez bien compris ce qui a été décidé pendant cette réunion. Grâce à cette relecture, vous pourrez vérifier également quels sont les éléments ou informations qui vous manquent ou qui sont incomplets.

**Inscrivez** sur une liste les tâches à accomplir jusqu'au journal. Vous devez écrire ces éléments dans un ordre logique. Il s'agit ici de faire une sorte de « check list » de votre journal, sur le modèle de celle utilisée par l'équipage d'un avion avant le décollage. Vous pourrez barrer la liste au fur et à mesure de l'accomplissement des différentes tâches.

**Lisez** les phrases introductives des reportages qui sont déjà en boîte. Les reporters doivent laisser leurs reportages avec des éléments de lancement en précisant l'angle choisi.

**Ecoutez** attentivement les sons qui sont disponibles. Notez les débuts et les fins de chaque son pour vous aider à rédiger les lancements. Notez la durée de chaque son.

**Communiquez** avec les reporters. Faites-vous préciser les choses qui vous interpellent à la lecture des lancements et à l'écoute des sons. Renseignez-vous pour savoir qui est sur le terrain et quand ils vont rentrer. Téléphonez aux correspondants des autres rédactions pour vérifier que vous avez bien tous les éléments.

Enfin **pensez au rythme** et à l'équilibre du journal. Avant de commencer à rédiger, ayez une idée précise de la forme finale de votre journal. Pour cela, posez-vous quelques questions : Est-ce que vous avez assez d'informations en bref ? Est-ce que vous n'avez que des papiers-plus-son ? Avez-vous des informations pour chaque grande région du pays ? N'avez-vous pas trop de sujets politiques et rien sur la vie quotidienne ?

Les principes du journal peuvent être appliqués à d'autres sujets que l'actualité des faits. Par exemple, il est possible de concevoir un journal des idées, des questions de société, des diverses opinions sur un sujet. Dans ces cas, il est possible de varier le dosage et la présence des divers éléments d'un journal, afin d'obtenir le format désiré.

### La revue de presse<sup>8</sup>

Avec la revue de presse on passe à des formats établis qui peuvent être adaptés selon les besoins de l'auteur-e. Tout en respectant la durée conventionnelle de ce format (3-4 minutes) il est possible de varier quel type de presse est passé en revue, sur quel ton, dans quel registre de langage, avec quel message. Une revue de presse peut être orientée de plusieurs façons.

Il faut garder présent que la revue de presse est un format qui est propre à l'audiovisuel. Simplement dit, c'est un regard qu'un média (la radio, la TV, internet) jette sur un autre média (la presse écrite) pour informer son public.

Tenant cet élément en compte, il est possible de réaliser une revue de presse en se concentrant sur un seul thème et examiner les différentes perspectives (angles) dans lesquelles il est abordé; en dressant un message global qui émergerait de différents articles ; ou en complétant un « jeu de puzzle » avec différentes sources sur un sujet donné. Les consignes marquées pour les formats précédents en termes d'écriture etc. sont également utiles dans ce cas.

La revue de presse comme format a un potentiel intéressant de transposition dans le cadre de ce cours, car cela ressemble à une analyse de littérature qu'on ferait pour un article ou un essai.

### La brève<sup>9</sup>

Ceci est un format propre aux émissions d'informations, qui peut être adapté à d'autres besoins, car sa rédaction constitue la base de l'écriture pour la radio, et donc, un bon exercice dans la préparation de la production dans le contexte de ce cours.

#### Encadré 7 : La brève

(Source: 24h dans une rédaction (<http://www.24hdansuneredaction.com/radio/12-la-breve/>))

La brève est l'art de la radio. C'est une information courte qui, dans un journal, donne du rythme entre les sujets développés. Elle permet de poser sa voix. Elle introduit des respirations puisque derrière une brève vous marquez un petit temps pour reprendre votre souffle, avant d'attaquer la brève suivante ou le sujet suivant. Là aussi, il faut s'entraîner. Pour écrire une bonne brève, il faut parfois s'y reprendre à plusieurs fois.

<sup>8</sup> Revue de presse Couleur 3 <http://www.rts.ch/couleur3/programmes/la-revue-de-presse/>; Revue de presse internationale France Culture <http://www.franceculture.fr/emissions/revue-de-presse-internationale/lenfer-sur-mer-et-sur-terre>.

<sup>9</sup> Exemple de brèves : L'esprit public sur France Culture (derniers 5 minutes de l'émission) <http://www.franceculture.fr/emissions/lesprit-public/letat-de-la-gauche-la-turquie>.

### **Définition d'une brève**

Une brève est une information qui n'est pas développée sous la forme d'un sujet, comme un papier ou un son. Elle peut être utilisée dans un flash ou dans un journal complet.

### **Durée d'une brève**

Comme son nom l'indique, une brève tient en quelques lignes. Trois ou quatre phrases permettent en général d'écrire une brève. En temps, cela représente entre une dizaine et une vingtaine de secondes. Si une brève est trop longue, cela signifie que vous n'avez pas été à l'essentiel et que votre information est diluée.

### **Structure d'une brève**

Une brève est structurée en deux parties :

- 1ère partie : La phrase d'accroche qui contient l'information d'actualité. Pour déterminer quelle est l'info d'actualité, il existe une technique toute simple. Il faut se poser la question suivante : « quelle est la nouvelle information ? » La réponse à cette question doit tenir en une phrase. Il faut rédiger cette phrase de façon accrocheuse, pour fixer l'attention de l'auditeur.
- 2ème partie : Les informations complémentaires. Il s'agit au minimum d'une phrase, mais le plus souvent de deux ou trois phrases qui apportent les quelques éléments indispensables à la compréhension de l'information. Il existe un truc élémentaire pour être sûr que vous n'avez rien oublié : les 5 W qui sont Who When Where What Why, soit en français Qui Quand Où Quoi et Pourquoi ? Pensez à vérifier que votre brève réponde bien à ces cinq questions.

Pour les besoins du cours, vous pouvez vous exercer à appliquer les critères de rédaction d'une brève basée sur les matériaux et articles y spécifiques, vérifiant ainsi la capacité de synthèse et transmission des savoirs que vous acquérez au fur et à mesure de la progression du cours.

### **La chronique radio<sup>10</sup>**

Une chronique radio mélange en général trois éléments : information, opinion personnelle (subjective), divertissement ou, au moins, une pointe d'humour et d'ironie. Ce format peut durer 3-5 minutes et peut traiter d'une variété de sujets, allant des mœurs d'une époque à un livre ou film.

La structure d'une chronique peut reprendre la structure d'une brève, avec une différence de ton, durée et l'opinion/angle personnel en plus. Ce format est assez répandu parmi les

---

<sup>10</sup> Chronique RTS Thomas Wiesel <http://www.rts.ch/play/radio/les-beaux-parleurs/audio/la-chronique-de-thomas-wiesel?id=7796641>; Chronique France Culture Le numérique et nous <http://www.franceculture.fr/emissions/le-numerique-et-nous/des-applis-pour-la-democratie>; Chronique Tales of the world <http://tales-of-the-world.com/2013/05/13/tales-of-the-world-episode-33-mode-et-politique-bureaux-de-style-et-think-tanks-qui-tire-mieux-son-epingle-du-jeu/>.

producteurs/trices de podcast indépendant-e-s, car cela permet une grande liberté dans le choix des sujets et des manières pour exprimer un ou plusieurs points de vue.



UNIL | Université de Lausanne  
Institut d'études politiques et internationales  
bâtiment Géopolis bureau 4797  
CH-1015 Lausanne

## Le débat<sup>11</sup>

Le débat d'idées est un format très prisé autant à la radio, qu'à la télévision, ou sur internet. La spécificité de ce format est l'importance de l'animateur qui doit agir en chef d'orchestre par rapport aux intervenants, surtout si cela se passe en direct (ou en « faux-direct » comme ce sera le cas pour ce cours). Par conséquent l'animateur doit maîtriser le sujet du débat et ses interlocuteurs/trices, avec les différents opinions et angles en présence. Il est possible d'établir à l'avance un but précis pour le débat et de l'annoncer – par exemple, de faire entendre toutes les opinions sur un sujet, d'amener les intervenants à un avis conclusif à son final, d'éclaircir des aspects sans déterminer un avis conclusif spécifique, de fournir des informations sur un sujet.

Pour faire ceci, la structure et les consignes concernant la préparation d'un entretien et d'un reportage (voir ci-dessus) sont utiles, afin de fournir des éléments de lien ou des possibilités de rebondissement dans le cadre de la discussion. Il est surtout important de connaître en préalable la personnalité et les positions des intervenants pour pouvoir anticiper d'éventuels point morts ou de tension dans le débat.

La règle principale du format du débat est que l'animateur est le garant de la discussion et donc détient l'autorité pour guider son fil. Par conséquent, il/elle peut interrompre, faire répéter, demander plus de détails selon la direction à poursuivre. Il faut être structuré et spontané à la fois afin d'obtenir le meilleur de ses interlocuteurs/trices.

Un débat peut durer 15-60 minutes. Plus le format est long, plus ce sera utile de le séparer en chapitres, possiblement par de la musique, d'autre formats (brèves ou papiers ou autre) afin d'introduire des changements de rythme.

## Le documentaire radio<sup>12</sup>

Ce format est très prisé par les producteur.e.s de podcast indépendant.e.s car il est à la fois flexible, ouvert à la création et capable d'intégrer d'autres formats. Un documentaire sonore est tout d'abord un travail de fiction, même si cela se base sur des faits et des informations vrais. La chorégraphie et l'agencement des segments sont propres et uniques à ses auteur.e.s Cela peut relever de l'histoire d'une personne, d'un objet, d'un processus ; de l'exploration d'une ou plusieurs idées, situations politiques, évolutions historiques ou endroits.

Le documentaire radio peut combiner plusieurs formats et techniques détaillés ci-dessus, mais le plus souvent on y rencontre l'entretien-conversation, les sons enrobés, des couleurs musicales et des ambiances. La durée peut varier entre 10 et 60 minutes.

Il n'y a pas de structure pré-établie, mais les grands principes de l'écriture pour la radio s'appliquent :

---

<sup>11</sup> Débat RTS sur AVS plus <http://www.rts.ch/play/radio/forum/audio/grand-debat-autour-de-linitiative-avsplus-en-votation-le-25-septembre?id=7991755>; France Inter Le débat de midi

<https://www.franceinter.fr/emissions/le-debat-de-midi/le-debat-de-midi-22-aout-2016>;

<sup>12</sup> Le Labo RTS <http://www.rts.ch/play/radio/le-labo/audio/le-labo?id=7636641>; Documentaire France Culture <http://www.franceculture.fr/emissions/lsd-la-serie-documentaire/passer-les-frontieres-4-histoires-de-frontieres-14-passeur>.

- Une introduction qui donne un aperçu général et de préférence accrocheur du sujet (cela peut être fait d'extraits d'entretiens, de morceaux d'information ou d'autre émissions, des citations d'un discours, d'un papier introductif etc.) ;
- Le corps principal du documentaire, qui, selon le sujet choisi, présentera des perspectives, des illustrations sonores, des ambiances ;
- Un(e) narrateur/trice (en général l'auteur-e) qui peut aussi « éclater » dans les voix d'autres personnages ;
- Une conclusion, ouverte ou pas, selon le choix du style et du sujet.

### La création sonore<sup>13</sup>

Ce format est le plus libre et le plus flexible. Il peut comprendre une production littéraire (pièce de théâtre, poésie, nouvelle, narration, adaptation d'une œuvre, article, autre forme, etc.) qui met en scène un sujet, une combinaison inédite des formats précédents, et/ou une utilisation plus pointue de la musique, des sons, de la voix. C'est un travail de fiction avec un style propre à l'auteur-e.

A part les règles de base de l'écriture radiophonique (voir ci-dessous), qui demandent simplicité, clarté et brièveté pour accrocher l'oreille du public, vous êtes libres de jouer avec les codes et règles abordés dans le cours.

### 6. La voix

Avant de passer à la partie plus technique du manuel, une note s'impose à propos d'un élément transversal à toute activité de production audio/radio : la voix. Tout le long du cours nous allons travailler la voix comme style d'écriture et d'expression et la voix physique, comme médium de base de la production audio.

La voix comme style se développe au fur et à mesure des exercices entrepris dans le cours, que ce soit lors de la rédaction des notes de synthèse, ou lors de la préparation des textes et scénarios des podcasts à produire. Il est possible de définir ou identifier un style en écoutant ou en observant comment chacun s'approche de et s'approprié la matière avec laquelle il travaille. C'est souvent une cible mouvante et donc pas quelque chose qui peut être visé et atteint de manière maîtrisée. Cela peut tenir du langage utilisé, des angles qu'on choisit (politique, art, questions sociales, questions de genre, littérature etc.) de la manière de faire la narration (une seule ou plusieurs voix etc.), de quel type de combinaisons langagières on utilise.

Il y a certains éléments techniques qui influencent le style aussi:

- l'entrée en matière ou l'introduction : directe, à travers un exemple, énonçant un puzzle, etc. ;
- le développement de l'argument : à travers des exemples, des citations, des narrations, des descriptions etc. ;
- le langage choisi : académique, informel, imagé, lapidaire etc. ;
- la conclusion : abrupte, développée, ouverte, fermée etc.

<sup>13</sup> Création on air France Culture <http://www.franceculture.fr/emissions/creation-air/atelier-de-creation-radiophonique-le-voyou-et-ses-voyelles-dans-l'ampleur-des?xtmc=cr%C3%A9ation&xtnp=1&xtr=13> ; Tales of the world <http://tales-of-the-world.com/2015/10/11/tales-of-the-world-episode-71-i-saw-a-documentary/>.

Il importe d'écrire un texte tenant compte de la personne qui va le parler/interpréter. Même si c'est un texte composé « à plusieurs mains », il aura une couleur propre et une consistance interne.

Concernant la voix physique, la règle de base est de ne pas avoir peur de sa voix. Presque personne n'aime entendre sa voix enregistrée et c'est au bout de quelques écoutes et essais qu'on commence à s'y faire. Essayez de penser à votre voix comme à un instrument que vous devez apprendre à maîtriser et utiliser. Il faut surtout arriver à un niveau de volume et un ton confortable, au niveau duquel la voix peut être modulée selon les besoins du texte ; ainsi, elle devient un moyen d'expression et pas un obstacle. On appelle cette technique « poser sa voix ».

**Encadré 8 : La voix**

Source: 24h dans la vie d'une rédaction

(<http://www.24hdansuneredaction.com/radio/9-le-travail-de-la-voix/>)

Faut-il avoir une bonne voix pour faire de la radio? De préférence oui, mais on voit des présentateurs avec une voix enrouée se distinguer parce qu'ils savent l'utiliser. Vous mettez un très bon tambour dans les mains d'un mauvais musicien, il ne produira rien de bon. Vous mettez un mauvais tambour dans les mains d'un très bon musicien, et vous avez de la magie, du rythme, du son. En radio, il faut écrire pour sa propre voix, c'est le chemin le plus difficile à trouver.

Faites le test, écoutez vos voisins : certains parlent vite, d'autres lentement. C'est notre singularité d'être humain. En radio, il faut trouver le juste milieu.

**Première règle : s'adresser à quelqu'un**

Vous n'êtes pas sur la place publique pour un discours, vous parlez à une personne. Levez le nez régulièrement de votre papier et regardez le technicien. C'est votre premier auditeur, votre ami. Il peut vous faire signe de ralentir. En radio on parle plus lentement que dans la vie.

**Deuxième règle : écrire pour parler**

Il y a une musique de la langue orale qui n'est pas celle de l'écrit de nos études. Pendant que vous écrivez, murmurez vos phrases. Vous allez voir que vous trouverez un style simple qui s'approche de votre manière de parler. Cela vous évitera au micro hésitations et bafouillis.

**Troisième règle : sortir sa voix**

Les premières fois au micro, on est timide. On lit son texte comme on le fait d'habitude pour soi-même. La voix est morne, sans éclat. Enlevez le texte et demandez à la personne de redire ce qu'elle a écrit. Tout de suite vous voyez la différence. La personne reprend sa voix naturelle. Sortir sa voix, cela ne veut pas dire crier, c'est trouver le juste milieu entre sa voix naturelle et le ton pour dire les nouvelles.

**Quatrième règle : s'entraîner**

Il y a des techniques de diction comme lire un texte avec un crayon entre ses dents. Cela aide à mieux articuler et muscler ses lèvres. Il faut se réécouter en regardant sa voix comme un objet. On peut demander l'aide d'un comédien, à ses collègues, à son rédacteur en chef. La radio est une équipe, on doit pouvoir s'entraider pour s'améliorer.

**Cinquième règle : la mise en bouche**

C'est la plus fondamentale, valable pour tous les journalistes, débutants ou professionnels confirmés. Avant de passer à l'antenne : relisez à haute voix votre journal, votre flash,

vosre papier. Vous échauffez ainsi votre bouche et vos cordes vocales. Vous imprimez dans votre esprit la musique de votre texte. A l'antenne, vous l'avez tellement dans la tête que cela coule tout seul. Certains présentateurs se massent la bouche avant de rentrer en studio et boivent un peu d'eau pour éviter d'avoir de la poussière dans la gorge. La radio, c'est comme le sport : échauffements et étirements avant de rentrer sur le stade.  
Sixième règle : ne pas manger le micro  
On parle à 20 centimètres du micro.

## 7. Procédure de production d'un podcast audio

### Légende

**Podcast** : production média audio (ou vidéo) accessible en ligne

**Objet sonore** : portion/segment /région de son

**Montage** : procédé de combinaison de divers objets sonores dans un arc narratif

**Mixage** : traitement individuel et global des divers objets sonores inclus dans un podcast

**Piste (track)** : bande d'espace d'enregistrement

**Coupe (split)** : séparation d'un objet sonore en plusieurs objets sonores

**Loop** : un son pré-produit (ou une portion de musique) qui peut être monté en boucle ou dans le cadre d'un mixage sonore

Dans la section précédente, les différents éléments présentés mentionnent quelques aspects de production. Dans cette section, ces aspects sont développés tenant compte que le travail pour ce projet se fait par groupes et en équipe. Donc, à un degré variable, chaque membre du groupe sera mené aux gestes d'écriture, enregistrement, montage et mixage du produit final.

## 8. Etapes du processus de production d'un podcast

### L'idée

Au début, il s'agit d'avoir et développer une idée. Celle-ci peut être un message à transmettre, une affirmation, un fait divers qui illustre une situation, un livre à chroniquer ou plusieurs, une provocation, etc. Une chanson ou un fond musical peuvent également être un prétexte pour concevoir un podcast.

Le cheminement de cette idée peut suivre différentes trajectoires, selon le spécifique de chacun, mais l'élément commun dans tous ces processus est le fait de vouloir construire un produit autour d'un « noyau dur ». Dans le cadre de ce cours, il s'agira des articles et analyses à traiter, qui incluent des exemples de situations, événements et discours. Dans ce type de contexte, une idée peut mettre en scène et représenter une analyse, illustrer

une situation, ou encore utiliser des moyens d'expression inédits dans la communication d'un message.

### **Le scénario**

Le scénario sera le canevas qui va tenir toute la production, parce que cela contient non seulement toutes les idées à inclure, mais aussi leur ordre, des didascalies et autres composantes. Dans le cas de la production pour ce cours il faut garder présent qu'il y a un élément artificiel au sens où certains d'entre vous opteront de mettre en scène une situation plutôt que d'utiliser des cas de figures réels. Par exemple, vous allez faire un entretien avec un expert et l'expert sera quelqu'un du groupe, exprimant une idée qui se trouve dans les lectures à faire. Donc, en plus du scénario du journaliste, il faudra imaginer le scénario de l'expert ou du personnage et de la situation mise en scène. Un autre cas de figure pourrait être la mise en place d'un journal, pour lequel il faut orchestrer chaque moment et geste. Certaines productions auront autant d'éléments « artificiels » que « réalistes » et d'autres seront des fictions. La rédaction d'un scénario est nécessaire dans chacun de ces cas.

Le scénario est autant un processus qu'un produit final. En tant que processus, il s'agit de l'identification des idées et des messages à transmettre et de leur agencement dans un texte. Pour ce faire, il est pratique d'utiliser un « story board ». Le story board est un dispositif virtuel (sur ordinateur) ou physique (un tableau, un cahier, un flipchart) où les composantes du scénario sont inscrites et déplacées jusqu'à leur disposition finale. Ses composantes sont :

- fragments narratifs ;
- personnages ;
- messages ;
- faits ;
- idées ;
- descriptions ;
- indications techniques.

Le dispositif du story board est particulièrement utile dans le travail en équipe, puisqu'il encourage la participation de chacun, permet une vue d'ensemble des éléments à agencer et facilite l'organisation du travail et le développement d'un angle pour la production.

### **L'angle d'une production – le nerf de la guerre**

Simplement expliqué, l'angle d'une production est la porte d'entrée, la manière dont un sujet est abordé. Il est la signature du style de l'auteur-e. Pour le type de matière présente dans ce cours un angle peut être défini en regardant les débats que les arguments suscitent, l'histoire ou l'actualité vues à travers les textes, l'impact théorique et pragmatique de leur contenu, etc. Un angle peut également être coloré par le langage utilisé, l'entrée en matière, le format choisi.

Pour une approche plus « journalistique » de la notion d'angle, voilà quelques principes :

**Encadré 9 : Qu'est-ce qu'un angle?**

(Source: 24h dans une rédaction (<http://www.24hdansuneredaction.com/radio/3-quest-ce-quun-angle/>))

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

**L'angle, un choix journalistique**

Tous les jours, les médias concurrents traitent les sujets importants. Sur un même sujet chacun peut constater que le résultat est différent d'une radio à l'autre. Tout dépend de l'angle choisi pour traiter le sujet. Si l'angle est bon, le reportage va intéresser.

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

Il est impossible de donner toutes les informations dans un papier d'une minute. Le journaliste radio assume cette contrainte et la transforme en atout. Le choix d'un bon angle compense le délai limité imposé à votre reportage. Rien ne vous interdit de traiter votre sujet sous deux angles différents : de proposer un des angles au journal du soir et le second au journal du lendemain matin.

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

Le moment pour choisir un angle de traitement d'un sujet, c'est la conférence de rédaction : comment on va traiter chaque sujet, qu'est ce qui intéresse les auditeurs dans ce sujet, qui sont les bons interlocuteurs/trices pour une interview ? La meilleure façon de répondre à ces questions, c'est de les discuter en équipe pendant la conférence du matin.

**Exemples d'angles**

Prenons un sujet d'actualité : un incendie fait rage dans un quartier de votre ville, les maisons et les commerces sont en flammes.

**Voici quelques exemples d'angles possibles :**

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

On peut choisir parmi de multiples angles. On peut traiter plusieurs angles pour varier les reportages d'une édition à l'autre. Si l'évènement est très important, on peut lui consacrer plusieurs angles dans une même édition et constituer un dossier.

Le principe s'applique à tous les évènements, politique, culture, économie, sports (papiers d'avant match, sons d'avant-match, compte-rendus d'après match, interviews de joueurs, entraîneurs, papier d'analyse...).

Pour conclure, le story board peut être utilisé pour décider le format du produit audio, ou des formats à mettre ensemble, la distribution des tâches parmi les membres de l'équipe, pour tracer le progrès du processus et pour des ajustements en cours de route.

Une fois le format de la production choisi (voir ci-dessus parmi les options), les éléments seront liés par un texte propre à chaque format.

Par exemple, si vous avez choisi le format du reportage, dans lequel vous avez trois entretiens, deux sons d'ambiance et deux papiers, le story board indiquera leur ordre, les sons de transition, l'enchaînement des idées. Le scénario contiendra les détails des transitions – les papiers radio écrits, la transcription des fragments d'entretien qui sera utilisé, les sons ou la musique précis qui seront utilisés pour les transitions, ainsi que des didascalies (indications sur le ton de la voix, le volume etc.) pour les textes.

Dans ce sens, on parle du scénario comme produit final. En plus des indications propres à chaque format, il y a quelques principes de base pour l'écriture audio/radiophonique. Ces principes peuvent et seront adaptés selon les besoins de la production.

#### **Encadré 10 : Ecriture radiophonique**

(Source: 24h dans une rédaction (<http://www.24hdansuneredaction.com/radio/6-lecriture-radio/>))

La radio est un média rapide qui s'adresse à tout le monde, personnes cultivées ou illettrées. L'écriture doit donc être simple, courte, au présent, claire... facile à écouter, facile à retenir.

La première règle c'est de bien comprendre l'information avant de rédiger. Si on n'a pas compris, on rédige mal. Bien comprendre pour bien rendre compte, c'est le contrat de base entre le journaliste et son public.

#### **Accrochez vos auditeurs**

La première phrase contient l'information d'actualité/la thèse de votre production, mais elle doit également retenir l'attention. Veillez à ce que votre écriture soit accrocheuse. Si vous accrochez vos auditeurs, ils resteront à l'écoute.

#### **Utilisez le présent**

Vous devez décrire les événements qui viennent de se passer ou au moment où ils se passent. Le présent, c'est le temps du récit; il est adapté au traitement de l'actualité. Selon le sujet, le thème et le format choisi, il est possible d'utiliser d'autres temps verbaux.

#### **Rédigez des phrases courtes**

L'information est souvent complexe, vos auditeurs ne peuvent pas revenir en arrière, ils doivent comprendre instantanément.

Rédigez vos phrases sur le modèle : sujet/verbe/complément. Contentez-vous d'une idée par phrase. Evitez les propositions subordonnées, posez plutôt un point et commencez une nouvelle phrase.

### **Soyez précis**

Vos textes doivent être courts, chaque mot est important. Utilisez donc le mot juste. Bien choisir ses verbes. Méfiez-vous d'être et avoir, verbes passe-partout et imprécis. Contentez-vous des faits, proscrivez les commentaires. Laissez vos auditeurs libres de leurs jugements.

### **Parlez avant d'écrire**

Un journal radio est un exercice oral. Le présentateur dit les informations. Ecrivez votre texte en le murmurant. Quand vous accrochez sur un mot, changez le, vous risquez d'accrocher à l'antenne. Quand vous avez écrit votre texte, relisez-le à voix haute. Si le résultat ne vous plait pas, modifiez le texte.

### **Adressez-vous aux auditeurs**

Vous écrivez seul vos nouvelles, au micro vous n'avez pas de contact avec le public. Mais essayez toujours d'imaginer vos auditeurs. Est-ce qu'ils vont comprendre ? Essayez de vous adresser à quelqu'un. Si vous écrivez de cette façon, le public sentira que vous lui parlez et restera à l'écoute de votre journal.

### **Décrivez l'information**

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

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

Sur chacun de vos textes, sans même les lire, repérez les 3 éléments suivants :

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

Une fois que votre texte est annoté de cette façon :

- La première phrase :  
Lisez attentivement la première phrase en cachant le reste du texte. Cette phrase doit contenir l'élément clef de votre son. Pour savoir si c'est le cas répondez à la question : quelle est l'information clef? Si la phrase ne répond pas à cette question, c'est qu'elle est mal écrite.
- Les verbes :  
Il faut respecter une unité de temps. Les verbes doivent être au présent. Vérifiez que c'est bien le cas.
- Tous les verbes doivent être différents. Chacun d'entre eux doit correspondre à

- une idée précise.
- Etre et avoir sont des verbes à proscrire. Ils ne sont pas assez précis. Faites l'effort de trouver des verbes appropriés.
  - Les points :
  - Est-ce que vos phrases ne sont pas trop longues ? Si c'est le cas, vous donnez probablement plusieurs informations dans chaque phrase. Pour vous corriger contentez-vous d'une idée par phrase. Votre texte sera tout de suite plus clair et plus incisif. Autre possibilité, vos phrases sont construites de façon trop compliquée. Utilisez la construction : sujet/verbe/complément.

### Enregistrement

Une fois le scénario établi, on passe à la première phase proprement « technique » du processus, à savoir l'enregistrement. Selon les disponibilités temporelles existantes, il serait utile de répéter une ou deux fois le scénario, avant l'enregistrement. De cette manière, la matière est déjà

L'enregistrement se prépare selon quelques principes de base :

- Les outils doivent être enclenchés, donc doivent être branchés ou avoir assez de batterie pour fonctionner ;
- L'environnement d'enregistrement doit être vérifié et confirmé pour le but de la production.
- Enregistrement en dehors du studio ou en ambiance sonore – sélectionner l'ambiance que vous désirez : café, rue, magasin, salle de cours – chaque ambiance et son ont une signification ; faire des repérages qui tiennent compte de la faisabilité (a-t-on la permission d'enregistrer dans l'endroit, le son est-il adéquat pour le sujet), des capacités de l'équipe et des contraintes de l'endroit ; testez le fond sonore en premier lieu afin d'identifier de possibles déséquilibres ou perturbations; testez les voix dans le contexte sonore ; enregistrer de toute façon du fond sonore de 2-4 minutes, surtout s'il y a des chansons dans des diffuseurs etc. (pour le montage/mixage)
- Sons seuls : ce sont des sons de portes, porcelaine, voiture, eau, nature etc. qui sont à enregistrer séparément pour ajout au montage/mixage
- Pour une piste d'enregistrement en Garage Band (GB) ouvrir un nouveau fichier « Voice » ;



- Sélectionnez « narration vocal » pour la piste d'enregistrement. Vous pouvez aussi tester aussi « bright vocal » pour la voix, ce sont des filtres de voix qui peuvent être changés à tout moment – à l'enregistrement ou après.



- Pour enregistrer appuyer le bouton rouge.



- Pour l'enregistrement de plusieurs voix sur l'ordinateur, utiliser plusieurs pistes (si c'est un dialogue « tranquille », avec des pauses entre les voix, pour un débat, utiliser la même piste et séparer au montage).
- Pour l'enregistrement avec iPhone – utiliser l'application gratuite Rode (il y a aussi une variante payante) ou l'app native de l'iPhone ; de même pour un Android. NB : vérifier que vous avez assez de mémoire dans le téléphone pour enregistrer un certain temps ; activer la fonction flight mode ou call-rejection pendant l'enregistrement (pour éviter tout dérangement) ;
- Quelques règles à tenir pour tout enregistrement : mettre l'enregistreur (ordi, téléphone, micro) au plus proche de la source de son à enregistrer ; noter les paramètres utilisés (volume, distance de la source, volume de la voix/son etc.) ; faire un pré-enregistrement du fond sonore de l'endroit où vous vous trouvez (à part si c'est un studio), afin d'identifier des « bruits blancs » - essayer de les neutraliser si besoin est ; enregistrer des bruits de fond pour 2-3 minutes pour des éventuelles transitions ; interrompre de suite l'enregistrement si un son intervient et reprendre ; ne pas compter sur le montage pour améliorer la qualité d'un son, c'est possible, mais pas complètement (p. ex si le volume de l'enregistrement n'est pas assez fort, il n'est pas possible d'augmenter juste la voix, les bruits environnants seront plus forts aussi).

## Montage

- Le montage relève autant du contenu que du style, c'est une forme d'écriture, après le scénario, donc, les coupes et transitions comptent. Quelques règles dont il faut tenir compte pour le montage: les coupes abruptes sont recommandées pour un style saccadé et haché, allant avec un certain type de message (violence, anomie etc.) ; pour le reste, il peut y avoir des transitions entre des voix ou transitions musicales ou d'autres sons (voir mixage). Une règle importante de montage est de ne pas sortir les propos enregistrés de leur contexte en reformulant des phrases et des affirmations selon ses idées mais pas conformément à ce qui s'est dit. Ceci répond aussi à des considérations éthiques qui demandent de représenter de manière fidèle les propos des tiers.
- Si l'enregistrement se fait avec un téléphone (voir ci-dessus), télécharger le(s) fichier(s) sur l'ordinateur et puis dans le fichier de montage, ou, directement dans le logiciel de montage avec la fonction « import » ou « open » ; fichiers .wav, mp3, mp4, .avi sont compatibles ; importer chaque fichier sur une piste différente ;
- Ecoutez chaque piste, plusieurs fois si besoin et sélectionner les fragments pertinents en utilisant la fonction « split » (tous les logiciels ont une version de cette fonction). Pour GB, utiliser le raccourci « pomme + T » ou le soft-split ;
- Il est possible de nommer les différentes régions ainsi obtenues en cliquant «ctrl + click » (différent dans d'autres logiciels) sur la région choisie pour mieux les identifier et les déplacer sur les pistes ;
- A ce point dans le processus de montage il est possible de faire un lien entre le logiciel de montage et le scénario en passant par le «story-board». Si vous avez nommé et disposé vos régions en suivant le story-board, ceci est le moment de vérifier si la version audio du scénario tient la route ou s'il y a des changements et ajustements à faire. Il est possible de déplacer les divers éléments sur le story-board selon ce qui a le plus de sens pour ce que vous voulez raconter et répliquer l'ordre dans le logiciel de montage ; de ce pas il y a plusieurs va et vient entre le story-board et l'audio pour arriver à une version finale ; concernant la construction de l'arc narratif dans le montage, il est important de garder un fil qui représente et illustre les résultats de l'analyse et de la recherche effectuée et qui ne change pas ou ne met pas des faits hors-contexte.

## Mixage

- Le mixage et le montage ne sont pas toujours des étapes différentes du processus de production, souvent on fait les deux en même temps ; le mixage implique tout ce que tient du volume, direction du son, variation, ajouts d'ambiance, ajustement (autant que possible) de la qualité de son. Le but essentiel du mixage est d'arriver à la simultanéité des sons dans une production, ce pourquoi on travaille souvent avec des pistes multiples : une pour chaque voix/personnage, fond sonore, sons seuls etc. ;

- La règle de base à suivre dans le mixage est d'essayer d'avoir des volumes de son plus ou moins égaux pour chaque segment sonore, ou, au moins, proportionnels ; pour avoir le même volume pour le projet global, afficher le « master track » et ajuster le volume final ;



- Ajustement du volume – le volume d'un son à la sortie (différent du volume du son enregistré) peut être ajusté dans le logiciel de montage (exemple GB) voir les deux lignes vertes et le bouton qui peut être déplacé ;



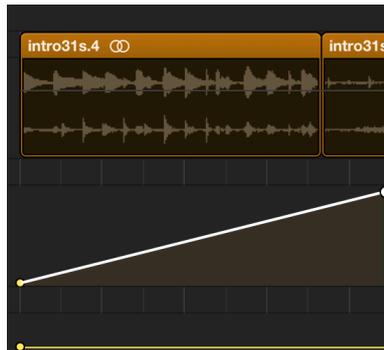
- Le volume d'un segment individuel de son peut être ajusté en sélectionnant le segment et en activant l'automatisation pour une piste (voir image) – noter la couleur bleue de la petite icône volume qui est activée – (si besoin de plus de clarification, comparer avec image précédente) ; les points sur la ligne de volume sont obtenus en pointant avec le curseur et cliquant l'endroit où on veut le début de modification (des options similaires sont présentes dans d'autres logiciels) ;



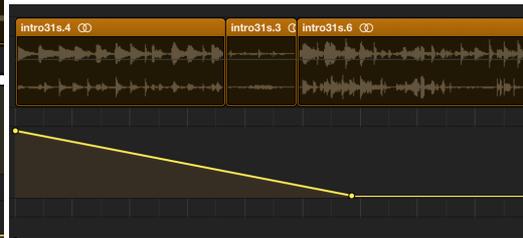
## Fade in/Fade out

- L'un des effets de mixage les plus communs est le fade in/out, à savoir la montée ou descente graduelle du volume d'un son. Ceci peut être fait à l'aide de la fonction volume comme montré dans les sections précédentes. Cet effet peut être utilisé pour introduire un son ou pour le conclure ;

Fade in



Fade out



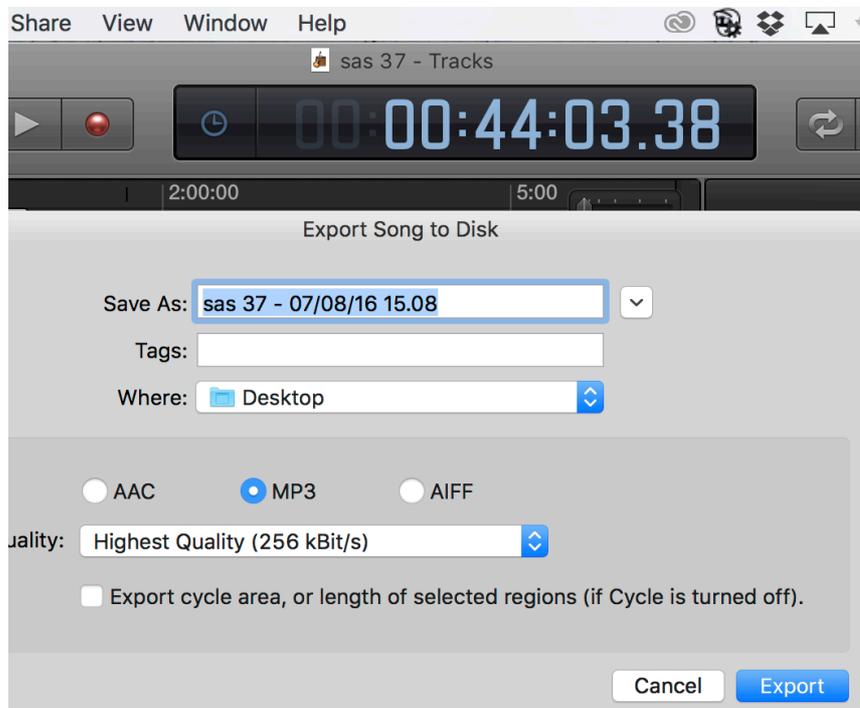
- Le logiciel GB offre la possibilité d'introduire des sons, des « loops » prédéfinies pour colorer les productions ; c'est le seul logiciel gratuit qui le fait les options se trouvent du côté droit (en regardant l'écran) de votre logiciel, activer la petite icône « loop » (voir image).



- La musique est importante dans un podcast, à condition d'être utilisée avec modération et en lien avec la voix et le texte. En général, il y a une tendance à utiliser trop ou pas assez de musique ou de sons pour colorer un objet sonore. La meilleure manière de maîtriser cet aspect c'est de placer les morceaux musicaux que vous voulez utiliser en « dialogue » avec le texte et le message du podcast. Dans cette relation, la musique ou les sons choisis peuvent illustrer, renforcer, agir en contrepoint, souligner l'ironie ou un autre attribut du texte. Ces éléments peuvent également être utilisés afin de créer une atmosphère Il faut être clair dans les intentions liées à l'utilisation de ces sons.

### Export de fichier

Pour diffuser votre podcast, il est nécessaire d'exporter votre fichier. Tous les logiciels ont une fonction « Partage/share » pour l'export du fichier son ; il convient de choisir le format .wav ou .mp3, en version stéréo.



## 9. Annexes

### Objectifs, Consignes, Evaluation

#### *Objectifs :*

- Utiliser les approches théoriques présentées en cours pour analyser un phénomène de sécurité de la vie de tous les jours, lier la vie quotidienne à l'international
- Développer une voix, un angle d'analyse par rapport à ce phénomène
- Présenter ce phénomène à une audience générale informée
- Acquérir des compétences d'analyse et de communication
- Acquérir des compétences techniques en lien avec l'élaboration et la production d'un podcast (conceptualisation et rédaction d'un script, enregistrement, montage, etc.)

#### *Consignes :*

- Scénario rédigé
- Durée maximum 8min
- Format : MP3 (ou similaire)
- Sources variées (lier sources scientifiques avec articles de journaux, films, etc.)
- Plusieurs personnes interviennent
- Présentation du podcast (processus, audience, objectif, difficultés rencontrées, etc.)

#### *Critères d'évaluation :*

- Créativité de la mise en œuvre : sons, rythme, humour, etc.
- Contenu : exactitude, concepts clarifiés, originalité de l'objet d'analyse
- Audience clairement définie
- Angle d'analyse bien défini et mis en œuvre : prise de position, expliciter propre point de vue, argumenter, en citant la littérature
- Présentation du podcast et réflexion sur le processus d'élaboration

### Consignes

Les étudiant-e-s préparent, élaborent et présentent un podcast en petits groupes, selon les consignes et critères d'évaluation présentés ci-dessous et en cour.

#### *Objectifs :*

- Utiliser les approches théoriques présentées pour analyser un phénomène de sécurité de la vie de tous les jours, lier la vie quotidienne à l'international
- Développer une voix, un angle d'analyse par rapport à ce phénomène
- Présenter ce phénomène à une audience générale informée
- Acquérir des compétences d'analyse et de communication (rédaction d'un scénario, etc.)
- Acquérir des compétences techniques en lien avec l'élaboration et la production d'un podcast (conceptualisation et rédaction d'un script, enregistrement, montage, etc.)

## Grille d'évaluation

|                               | Insuffisant   | Satisfaisant   | Excellent   |
|-------------------------------|---|--|---|
| Approche théorique et contenu | L'objet d'analyse n'est pas identifié de manière claire ou il n'est pas pertinent pour la thématique du séminaire. Le podcast ne mobilise pas de concepts ou les mobilise de manière incohérente. Pas de lien avec les matériaux du cours.                                    | L'objet d'analyse est identifié de manière peu claire ou sa pertinence pour la thématique du séminaire est faible et tangentielle. Les concepts utilisés pour l'analyse sont définis de manière imprécise ou mobilisés de manière peu cohérente. | L'objet d'analyse est identifié de manière claire et il est pertinent pour la thématique du séminaire. Les concepts utilisés pour l'analyse sont définis de manière claire et mobilisés de manière cohérente et pertinente. |
| Angle d'analyse               | L'angle d'analyse, l'argumentation et la prise de position manquent de clarté et logique.   | L'angle d'analyse est défini de manière imprécise ou peu original, ou l'argumentation et la prise de position ne sont pas claires.   | L'angle d'analyse est bien défini et original, et l'argumentation et la prise de position sont claires.   |
| Public                        | Le podcast n'identifie pas de public clair, le message est communiqué de manière incompréhensible, manque d'originalité et n'est pas adapté au public.  | Le public est identifié de manière relativement claire mais la communication du message manque de clarté, d'originalité ou n'est pas adaptée au public.  | Le public est identifié de manière claire et le message est communiqué de manière compréhensible, originale et adaptée au public.   |
| Format                        | Le podcast manque de créativité et ne contient aucun matériel sonore supplémentaire (p.ex. interview, musique, archive, etc.). Le podcast n'utilise pas assez de sources et ne les mobilise pas de manière pertinente.  | Le format du podcast est plus ou moins adapté au contenu et au message du podcast. Les sources utilisées ne sont pas assez variées ou mobilisées de manière peu pertinente.  | Le format du podcast est adapté au contenu et au message du podcast. Plusieurs sources d'origine variées sont utilisées de manière pertinente (p.ex. sources académiques, médiatiques, etc.).                               |
| Enregistrement et montage     | Le format du podcast n'est pas adapté au contenu et au message du podcast. La qualité de son du podcast n'est pas bonne (p.ex. volume trop bas, bruits de fond) et le montage n'est pas joli (p.ex. coupe abruptes), peu imaginaire ou incohérent. Niveaux de volume inégaux. | Le podcast est réalisé de manière peu créative ou ne contient pas de matériel sonore supplémentaire ou du matériel mal adapté au format du podcast. La qualité de son du podcast est moyenne (p.ex. volume trop bas ou bruits de fond).          | Le podcast est réalisé de manière créative et contient du matériel sonore riche qui est bien adapté au format du podcast (p.ex. musique, etc.). La qualité de son du podcast est très bonne (volume et clarté).             |

|                     |   |   |  |
|---------------------|---|---|--|
| <b>Présentation</b> | Le podcast est trop long/court, n'a pas été rendu dans les délais et ne respecte pas le format demandé. La présentation n'est pas claire et ne contient pas assez de réflexion. | Le podcast est un peu trop long/court mais ne dépasse pas la tolérance de 10% ou ne respecte pas le délais ou le format. La présentation n'est pas très claire ou ne contient pas assez de réflexion. | Le podcast respecte pleinement les exigences formelles de longueur (8 min, plusieurs personnes interviennent), de format (MP3 ou équivalent) et de délais. La présentation du podcast est claire et inclut une réflexion sur le processus d'élaboration. |
|---------------------|---|---|--|