



MANUEL DE PRODUCTION ET DE DIFFUSION DE REPORTAGES À DISTANCE

DANS LE CONTEXTE
DU COVID-19

TABLE DES MATIÈRES

1. INTRODUCTION	4
Comment utiliser ce manuel	5
Objectifs de ce manuel	5
Définitions	5
Faire des reportages sur le covid-19 de manière responsable	8
2. PRÉPRODUCTION - PRÉPARER VOTRE ÉMISSION	9
Répartir des tâches et des responsabilités parmi les membres de l'équipe	9
Réunion de production à distance	11
Trouver des invités pour l'émission	12
3. FAIRE DES REPORTAGES À DISTANCE	13
Définitions	13
Apprendre comment utiliser votre smartphone comme outil de reportage	13
S'enregistrer soi-même	13
Enregistrer une interview avec quelqu'un qui n'est pas au même endroit que vous	14
Meilleures façons d'utiliser WhatsApp	15
Précaution à prendre pendant l'enregistrement d'interviews avec des notes vocales	16
Instructions et environnement d'enregistrement	17
Catalogage	18
4. FORMATS	18
Interviews	18
Micro-trottoirs	20
Portrait audio	20
Commentaire audio	21
Sur le terrain	22
Journal de bord audio	23
Le saviez-vous ?	24
Introduction et conclusion de formats	25
Gestion des échanges avec les auditeurs sur des réseaux sociaux	26

This toolkit has been developed by the Children's Radio Foundation in partnership with UNICEF

Jeux-concours	27
Répondre aux questions des auditeurs de l'émission	27
Recherche d'angles sur les réseaux sociaux	30
4. POST-PRODUCTION ET DIFFUSION À DISTANCE	31
Kit d'émission radio et archivage	31
Kit d'émission radio	31
Archivage sur SoundCloud	33
5. REMERCIEMENTS	34
6. RESSOURCES	36

1. INTRODUCTION

COMMENT UTILISER CE MANUEL

Comme vous l'avez tous compris, 2020 se révèle une année plutôt intéressante pour le monde car chaque continent, pays, communauté, famille et individu lutte contre les réalités qu'implique la pandémie de COVID-19.

Dans la plupart des pays africains, les mesures nécessaires comme la distanciation sociale et le confinement ont été mises en place pour assurer votre sécurité. Bien que ces mesures n'ont pas été imposées dans tous les pays où vous travaillez, des cas confirmés d'infections au COVID-19 ont été identifiés partout sur le continent.

Cependant, ceci est un moment capital et le monde a besoin des histoires et des

réflexions de la jeunesse inscrites à son ordre du jour. Les décisions, les stratégies et les plans qui sont décidés maintenant façonneront votre avenir, et vos voix sont donc cruciales en ce moment.

Non seulement il est important de mettre en relief les voix de la communauté, mais en tant que Jeunes Reporters il est de votre responsabilité de vous assurer que des informations correctes parviennent à votre communauté. Ce manuel a été conçu pour vous aider à y parvenir en toute sécurité

Ce manuel a plusieurs icônes qui vont apparaître au cours de la lecture. Voici ce qu'elles signifient :



CONSEIL: Un conseil sur comment approcher un concept ou une situation



PAR EXEMPLE : Une illustration d'un concept qui vient d'être expliqué



SE REFERER A : Revenir en arrière et regarder la section précédente

OBJECTIFS DE CE MANUEL

La Children's Radio Foundation (CRF) forme actuellement des jeunes reporters dans 68 stations de radio à travers six pays Africains (La République Démocratique du Congo, le Libéria, la Côte d'Ivoire, l'Afrique du Sud, la Tanzanie et la Zambie) à produire des émissions de radio hebdomadaires et des activités de sensibilisation mensuelles.

Vous abordez des thèmes tels que le changement climatique, la santé sexuelle et reproductive, l'éducation, les migrations, la violence et la sécurité communautaire, et bien d'autres. Vous emmenez vos auditeurs et entraînez vos participants dans un parcours important pour comprendre les différents défis auxquels sont confrontées vos communautés. Nous sommes vraiment fiers de l'impact que vous avez suscité

DÉFINITIONS

Faire des reportages d'une manière responsable sur le COVID-19 nécessite une compréhension des termes les plus importants et les plus couramment utilisés. Vous trouverez ci-dessous une liste de définitions qui vous aidera à vous familiariser avec le sujet lorsque vous serez en reportage sur le COVID-19.

- Les **Coronavirus (CoV)** sont une large famille de virus qui causent des maladies chez les animaux et les humains. Ces maladies vont de la grippe à des maladies plus graves comme celle du syndrome respiratoire du Moyen-Orient (MERS-CoV) ou le syndrome respiratoire aigu sévère (SRAS-CoV) (**Institut national des maladies transmissibles**).
- Un **nouveau coronavirus (nCoV)** est une nouvelle souche qui n'a pas été encore identifiée chez l'humain (**Organisation Mondiale de la Santé (OMS)**)
- Le **COVID-19** est une maladie infectieuse causée par le coronavirus le plus récemment découvert. Ce nouveau virus et nouvelle maladie était encore inconnu

à travers ces conversations, et nous ne voudrions pas que cela s'arrête maintenant.

De manière générale, faire des reportages nécessite de la prudence et de la responsabilité. Faire des reportages sur le COVID-19 en exige davantage.

Ce manuel a trois objectifs principaux :

1. Mettre le COVID-19 au centre de vos préoccupations
2. Vous informer sur la production et la diffusion de reportages à distance et leur fonctionnement
3. Vous aider à inciter d'autres jeunes et adultes de votre communauté à être passionnés et ouverts afin de partager leurs témoignages et expériences sur le COVID-19

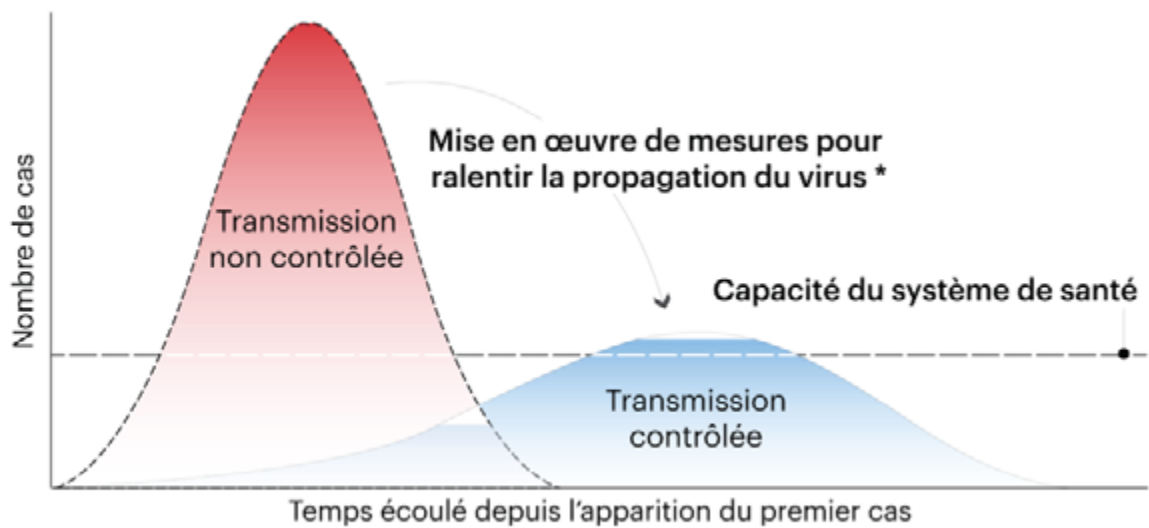
avant le début de l'épidémie à Wuhan, en Chine, en Décembre 2019 (**OMS**).

- Un **foyer épidémique** est une augmentation soudaine du nombre de cas lors d'une maladie. Un foyer épidémique peut intervenir dans une communauté ou une zone géographique, ou peut affecter plusieurs pays. Cela peut durer quelques jours ou semaines, ou bien plusieurs années. L'apparition de certains foyers épidémiques se répète chaque année, comme c'est le cas pour la grippe (**APIC.org**).
- Une **épidémie** intervient lorsqu'une maladie infectieuse se propage rapidement à de nombreuses personnes. En 2003, l'épidémie de syndrome respiratoire aigu sévère (SRAS) a coûté la vie à près de 800 personnes dans le monde (**APIC.org**).
- Une **pandémie** est une épidémie globale. Cela diffère d'un foyer épidémique ou d'une épidémie car elle :
 - affecte une plus grande zone géographique, souvent à travers le monde.
 - Infecte un plus grand nombre de

personnes qu'une épidémie.

- Est souvent causée par un nouveau virus ou une souche de virus qui n'a pas circulé entre les gens pendant un long moment. Les humains n'ont en général très peu ou pas d'immunité contre le virus. Le virus se répand rapidement d'une personne à l'autre à travers le monde.
- Cause un plus grand nombre de morts qu'une épidémie.
- Crée souvent des perturbations sociales et des pertes économiques ([APIC.org](#)).
- Les personnes sont placées en **quarantaine** lorsqu'elles ne sont pas malades, mais lorsqu'elles ont été ou peuvent avoir été exposées à une maladie contagieuse, telle que le COVID-19. Cela peut aider à stopper la propagation de la maladie. Les gens ont un contact limité avec les autres pendant la durée de la période d'incubation du COVID-19 (temps entre l'infection et l'apparition des symptômes) qui varie de 2 à 14 jours. Si une personne présente des symptômes pendant cette période, elle devra subir un test de dépistage au virus ([Centres pour le Contrôle et la Prévention des Maladies \(CDC\)](#))
- **L'Auto-quarantaine** est une autre mesure préventive pour les personnes qui se sont rendues dans des pays à haut risque au COVID-19 tels que l'Espagne, les Etats-Unis ou l'Italie ou ont été en contact avec quelqu'un qui a voyagé dans ces pays. Rester à la maison au lieu d'aller à l'école ou au travail et sortir lorsque c'est uniquement nécessaire, par exemple, pour aller faire des courses. La liste de ces pays à haut risque change tous les jours, et vous pouvez voir la liste sur le **tableau de bord de l'Organisation Mondiale de la Santé** ([Centers for Disease Control and Prevention, World Health Organization](#))
- **L'isolement** survient lorsqu'une personne est infectée avec une maladie infectieuse et lorsqu'elle est séparée d'autres personnes qui sont en bonne santé. Cela aide aussi à stopper la propagation de la maladie ([CDC](#)).
- **L'auto-isolement** est similaire à l'auto-quarantaine. Une personne va en auto-isolement lorsqu'elle a des symptômes similaires à une grippe et peut confirmer avoir été en contact avec quelqu'un infecté par le COVID-19. Pendant ce temps, les personnes doivent limiter les contacts avec les autres et contacter un professionnel de santé ([OMS, South African Department of Health & Centers for Disease & CDC](#)).
- **La distanciation sociale** implique de rester hors des espaces publics surpeuplés où des contacts étroits avec d'autres peuvent se produire, tels que les centres commerciaux, les cinémas, les stades. Elle implique d'éviter les rassemblements de masse, et de maintenir une distance (2 mètres) des autres lorsque cela est possible. Les mesures de distanciation sociale signifient souvent l'annulation de grands événements (comme les conférences, les cours, et les événements sportifs), la restriction des transports en commun et des voyages, en travaillant à la maison. Cela est fait pour ralentir la transmission de la maladie infectieuse telle que le COVID-19 et diminue les chances d'être en contact avec une personne infectée ([CDC](#)).
- **"L'aplatissement de la courbe"** est l'idée selon laquelle les mesures de protection, telles que l'isolement et la distanciation sociale, peuvent aider à retarder le nombre de cas et donner aux hôpitaux le temps de se préparer et de s'organiser à accueillir des patients à venir. Une courbe élevée signifie qu'il y a beaucoup de cas entrants en même temps alors qu'une courbe aplatie signifie qu'ils arrivent plus lentement, au fur et à mesure. C'est la différence entre quelqu'un qui pourra être traité dans un lit d'hôpital ou quelqu'un qui sera traité sous une tente dans un parking.

Réduire et ralentir le pic de l'épidémie



* Distanciation sociale, télétravail, éviter les foules, réduire les voyages, etc.
Source Esther Kim et Karl T. Bergstrom, Université de Washington

- **Le confinement** est un protocole d'urgence qui empêche les gens de sortir d'une zone délimitée. Un confinement total signifie que vous devez rester où vous êtes et de ne pas sortir ou entrer dans un bâtiment (ou une zone délimitée) sauf pour des besoins essentiels. Ce scénario autorise généralement des achats provenant des grossistes, des pharmacies et des banques pour répondre aux besoins de base. Toutes les activités non-essentiels restent fermées pendant toute la période de confinement (rtbf.be).
- **L'immunodépression** fait référence aux personnes avec un faible système immunitaire qui sont moins aptes à combattre les attaques bactériennes et les virus. Des maladies chroniques comme le cancer, le diabète, le VIH ou la tuberculose, et les traitements que doivent prendre ces personnes peuvent affecter leurs systèmes immunitaires. La grossesse peut également mettre les femmes dans un état d'immunodépression. Les prestataires de santé prennent des mesures supplémentaires pour protéger tous leurs patients contre le COVID-19, en particulier ceux qui pourraient être immunodéprimés (francetvinfo.fr).
- **L'EPI (Équipement de Protection Individuelle)** fait référence aux appareils ou équipements conçus pour être portés par des individus afin de se protéger contre un ou plusieurs risques pour la santé et la sécurité. Les EPI à porter, recommandés durant l'épidémie de COVID-19, sont un masque, des gants, des lunettes et des blouses. Il y

a une pénurie mondiale d'EPI pour le personnel de santé, dont ils en ont le plus besoin, alors assurez-vous d'utiliser ces équipements uniquement quand vous en avez besoin ([OMS](#)).

- **La nomophobie** est la contraction de “phobie sans téléphone portable” qui traduit une dépendance à votre téléphone portable ou l'angoisse d'être détaché de votre téléphone. Pendant la crise du

COVID-19, essayez de ne pas abuser de votre téléphone car cela pourrait nuire à votre santé mentale. Trouvez d'autres activités comme lire, cuisiner ou créer pour vous occuper ([L'Express.com](#)).



CHAPITRE 6. RESSOURCES à consulter pour les principales sources d'information fiables.

FAIRE DES REPORTAGES SUR LE COVID-19 DE MANIÈRE RESPONSABLE

Le COVID-19 représente une énorme menace pour notre santé et c'est un sujet qui doit être pris au sérieux. En tant que Jeunes Reporters, il est essentiel de vérifier chacune de vos informations avant de partager tout contenu à diffuser afin que vos auditeurs puissent avoir accès à des informations fiables et utiles.

Il s'agit d'un sujet potentiellement dangereux à couvrir pour votre santé. Par conséquent, n'essayez pas de faire des interviews en face à face avec qui que ce soit. Les personnes peuvent avoir été en contact avec le virus et être contagieux sans pour autant montrer des symptômes.

- Les faits sont plus importants que la peur ! Les foyers épidémiques et les pandémies sont effrayants, donc nous avons la responsabilité de donner à nos auditeurs l'information la plus précise, de manière à ne pas causer de panique. Par exemple, si vous voulez mentionner le nombre de décès à travers le monde à cause de la pandémie de COVID-19, n'oubliez pas de mentionner aussi le nombre de guérisons. Cela aidera les

auditeurs à contextualiser l'information sans les effrayer. Il est également important de toujours partager les mesures de prévention contre de potentielles nouvelles infections.

- Soyez conscient de la manière dont vous parlez du COVID-19 à l'antenne. Ne vous moquez pas des personnes qui partagent leurs expériences avec vous. Cela pourrait créer une stigmatisation et pourrait amener d'autres personnes de votre communauté à prendre la pandémie à la légère, ou pire, à ne pas suivre les directives de prévention.
- Rappelez-vous de demander aux personnes qui ont été infectées si elles souhaitent utiliser leurs vraies identités ou une fausse identité (un pseudonyme) pour assurer la confidentialité.
- Rappelez-vous que le sensationnalisme n'a pas sa place lors de reportages sur une pandémie. Utilisez les informations officielles et simplifiez autant que possible les choses pour vos auditeurs.

2. PRÉPRODUCTION - PRÉPARER VOTRE ÉMISSION

RÉPARTIR LES TÂCHES ET LES RESPONSABILITÉS AUX MEMBRES DE L'ÉQUIPE

La production et la diffusion de reportages à distance nécessiteront toujours les mêmes responsabilités qu'avec le reportage en face à face. La seule différence est que certaines tâches devront être combinées ou se superposer en raison du manque d'interactions. Vous trouverez ci-dessous un récapitulatif des rôles et des tâches nécessaires lors de la production et la diffusion de reportages à distance.

Reporter / ingénieur du son / présentateur :

Puisque vous êtes isolé des autres membres de votre équipe, vous devrez chacun apprendre à endosser plusieurs rôles, généralement prise en charge par d'autres personnes. Vous serez responsable de l'organisation, de la logistique et de la réalisation de l'enregistrement de tous les formats audio comme les interviews et les micro-trottoirs. Vous expliquerez également aux invités de l'émission comment compiler et soumettre leurs formats radio tels que les commentaires audio, les journaux de bord audio et les profils audio. Étant donné que les reporters travaillent directement avec les fichiers audio enregistrés par les invités de l'émission, il est de leur responsabilité d'assurer une bonne qualité sonore, de sauvegarder et d'archiver tous les enregistrements, et enfin, d'envoyer le "package pré-enregistré" à l'encadreur. Ce package (ensemble de son) sera monté et permettra d'aboutir une version finale de l'émission de radio allant de 30 minutes à 1 heure. Le rôle du reporter / ingénieur du son / présentateur est de :

- Trouver les invités et les participants à l'émission de radio
- Faire le script et enregistrer les formats :
- [Les scripts des introductions et des conclusions de l'émission et chaque format](#)
- [Les questions du quiz 'Le Saviez-vous ?'](#)
- [Les questions des interviews](#)

- [Les questions des micro-trottoirs](#)
- Donner des instructions à vos invités de l'émission sur la production du ou des formats radio requis pour s'assurer que les formats radio livrés à la fin, soient conformes aux normes radiophoniques.

Producteur: Le producteur coordonne et aide tous les membres de l'équipe à s'assurer que chacun fait ce qu'il est censé faire pour que l'émission soit prête. Le rôle du producteur est de :

- S'assurer que le programme hebdomadaire est respecté et communiquer avec l'encadreur en cas de retards
- Compiler la durée de l'émission
- Programmer une réunion de préproduction avec l'équipe
- Compléter l'évaluation hebdomadaire de l'émission après chaque émission et maintenir le contact avec les auditeurs sur les réseaux sociaux
- Vérifier que l'émission a été archivée et téléchargée sur SoundCloud
- Gérer le groupe WhatsApp mis en place pour chaque émission et informer les utilisateurs sur l'objectif du groupe

Documentariste : Après que le sujet, l'angle et les sources d'informations potentielles aient été décidés collectivement, les documentaristes ont la responsabilité de trouver les informations nécessaires pour aider le reporter / l'ingénieur du son à écrire leurs scripts, et pour aider l'animateur de réseaux sociaux à s'informer pour ses publications. Le rôle du documentariste est d'assister :

- **Le reporter / ingénieur du son à écrire les scripts de l'émission**
- **Le reporter / ingénieur du son à trouver des histoires et des invités**

Animateur de réseaux sociaux : L'animateur de réseaux sociaux est responsable de la gestion des contacts avec les auditeurs sur les

réseaux sociaux. Puisque vos émissions vont être pré-enregistrées, les auditeurs ne seront pas en mesure de vous donner leurs avis en direct dans l'émission. De ce fait, toutes les interactions des auditeurs auront lieu sur les plateformes des réseaux sociaux de votre choix, c'est-à-dire partout où vos auditeurs se retrouvent sur les réseaux sociaux. Le rôle de l'animateur de réseaux sociaux est de :

- Proposer un live sur Facebook ou Instagram où vous interagissez avec les auditeurs
- Rassembler les réponses des quiz en annonçant le gagnant du quiz chaque semaine



Administrateur(s) WhatsApp : vers le chapitre intitulé "Gestion des échanges avec les auditeurs

sur les réseaux sociaux" sur la façon dont les listes de diffusion WhatsApp peuvent être utilisées pour interagir avec vos auditeurs. La seule fonction de(s) administrateur(s) WhatsApp est d'envoyer des messages aux listes de diffusion et de s'assurer que des règles équitables et de sécurité sont mises en place lorsque les groupes WhatsApp sont utilisés au sein de l'équipe.

Le rôle du ou des administrateurs WhatsApp est de :

- Comprendre les commandes de contrôle des groupes WhatsApp. Vous pouvez décider si tous les participants ou seulement les administrateurs du groupe peuvent envoyer des messages.

L'utilisation de cette fonctionnalité peut aider à réduire les discussions et les perturbations improductives lors des entretiens ou lors de l'interaction avec un invité de l'émission.

- Elaborer un message d'accueil court et précis, "Bienvenue au sein de notre groupe WhatsApp de station" qui souligne les règles du groupe qui peuvent être partagées chaque fois que vous démarrez un nouveau groupe ou une liste de diffusion.

L'encadreur des jeunes : L'encadreur des jeunes est le mentor qui travaille en collaboration avec la station de radio, les Jeunes Reporters et CRF pour s'assurer que la voix des jeunes soit diffusée à l'antenne chaque semaine. Le rôle de l'encadreur des jeunes est de :

- S'assurer que les règles de sécurité du reportage à distance sont appliquées à chaque production d'émission
- Soutenir les jeunes reporters pendant toutes les étapes de la production de l'émission de radio
- Mixer l'émission finale et la télécharger en ligne pour une diffusion en direct
- Archiver les émissions de radio et les formats sur SoundCloud

RÉUNION DE PRODUCTION À DISTANCE

Maintenant que vous avez compris les différentes tâches et responsabilités requises pour le reportage à distance, vous devez penser à planifier les réunions requises pour s'assurer que le contenu est prêt à être diffusé. Les réunions de production hebdomadaires vont désormais s'effectuer en ligne. Il vous suffit de déterminer quelle plateforme vous allez utiliser. Nous vous conseillons de choisir entre les applications gratuites suivantes :

- WhatsApp, qui supporte des appels vidéo entre 4 personnes en même temps.
- Skype, qui supporte des appels audio ou vidéo jusqu'à 50 personnes en même temps.
- Zoom, qui supporte des appels vidéo allant jusqu'à 100 personnes pendant 40 minutes.



Les réunions de production sont organisées par le producteur de l'émission. En tant que producteur, faites en sorte d'avoir un ordre du jour pour chaque réunion de manière à éviter de perdre du temps et des données Internet. Pour cela, nous vous recommandons de mettre en veille la fonction vidéo et d'utiliser uniquement l'audio pour les réunions.

Avant de lancer votre première réunion de production sur le reportage à distance COVID-19, nous vous conseillons d'avoir une réunion en ligne avec tous les membres de l'équipe pour déterminer le format de chaque réunion de production, selon les plateformes accessibles par les membres de l'équipe. Une réunion de lancement est une réunion où vous choisissez et définissez les dispositions à mettre en place pour que l'ensemble des opérations se déroulent en toute tranquillité. Certains des éléments dont vous aurez sûrement besoin pour votre réunion de lancement sont :

- La date de la réunion

- La plateforme de la réunion
- L'ordre du jour de chaque réunion de production, c'est-à-dire ce dont vous allez discuter lors de la réunion et dans quel ordre, par exemple :
 - Les réflexions et les leçons à tirer la dernière diffusion de l'émission
 - Choisir un sujet ou un angle
 - Choisir les rôles et les responsabilités
 - Définir le temps de l'émission
 - Préparer les scripts
 - Déterminer la date de la version finale du kit de l'émission de radio
- A quelle régularité vous allez vous retrouver en équipe complète et quelles réunions additionnelles pourraient être importantes, par exemple :
 - Les réunions additionnelles sont des réunions axées sur un domaine qui ne concerne pas tout le monde. Certaines des réunions additionnelles qui auront lieu en parallèle à votre réunion de production hebdomadaire pourraient inclure :
 - Une réunion, où les documentaristes peuvent partager leurs informations et les reporters peuvent recevoir des avis sur ce qu'ils ont fait et enregistré jusqu'à présent.
 - Une réunions de planification et de consultation des scripts d'introduction et de conclusion.

Vous allez bientôt remarquer que la création et la diffusion de reportages à distance demande une sérieuse organisation et communication ! Un des meilleurs moyens de s'organiser est de faire une planification sur une base mensuelle, et non pas sur une base hebdomadaire. La planification mensuelle vous permet de prévoir pour le mois entier de sorte à être proactif. Vous devriez inclure certains des éléments suivants dans votre planification mensuelle :

- Les horaires des examens
- Les vacances scolaires
- Les événements de la station de radio
- Les semaines où vous pouvez passer à l'antenne des émissions pré-enregistrées

sur les autres sujets que vous avez couverts, par exemple, l'éducation, le changement climatique, les droits sur la santé sexuelle et génésique etc.

- Les messages pertinents provenant d'autres sources qui ont été partagés, à inclure dans votre émission, par exemple,

TROUVER DES INVITÉS POUR L'ÉMISSION LORSQUE L'ON FAIT DES REPORTAGES À DISTANCE

Comment trouvez-vous des invités pour l'émission et qui invitez-vous pour participer à l'émission lorsque les déplacements sont limités ? Cela nécessitera de trouver des approches créatives et de puiser dans les ressources que vous avez devant vous. Si parcourez toute les émissions radiophonique déjà produites et les activités de sensibilisation que vous avez réalisées au cours des années précédentes, vous vous rendez compte que avez déjà avec un large éventail d'invités que vous pourriez recontacter.

Quelques idées pour trouver des invités pour l'émission à distance :

- Parlez-en à la station de radio et demandez-leur si vous pouvez être mis en contact avec des experts locaux. Si la station a des relations avec des personnes comme des professionnels de santé, des policiers, des guérisseurs traditionnels ou des chefs religieux, vous pouvez demander à la station de vous présenter les personnes qui peuvent contribuer à votre sujet.
- Certains d'entre vous ont mené des discussions avec la communauté et des activités de sensibilisation. Parcourez la base de données du registre des présences, ainsi que la liste des personnes avec lesquels vous avez travaillé et vérifiez leur implication dans la pandémie de COVID-19. Repérez les personnes qui, selon vous, pourraient avoir un avis intéressant sur le COVID, et donc être des invités potentiels de l'émission.

des informations provenant de l'UNICEF ou du Ministère de l'Éducation.

- Faites attention à ce que disent les gens sur les réseaux sociaux. Si quelqu'un dit quelque chose d'intéressant, réfléchi, émouvant, ou informatif, il pourrait être un invité pertinent pour votre prochaine émission.

Vous voulez que votre invité soit disposé à partager son histoire et, si possible, à la raconter avec éloquence. Parfois, l'émotion ressentie par quelqu'un qui n'est pas un bon orateur, mais qui peut témoigner d'être "en première ligne", peut devenir un témoignage plus puissant qu'un discours fait par un politicien. Encouragez les invités à considérer les éléments qui font une bonne histoire pour les auditeurs. Les éléments d'une bonne histoire sont :

- Un commencement, un milieu et une fin (bien qu'ils ne soient pas toujours racontés dans cet ordre)
- Des descriptions détaillées
- Des émotions
- Des effets sonores
- De l'action ou du suspense
- Le ton de la voix
- Le rythme
- L'articulation



Souvenez-vous lorsque vous choisissez vos invités, **les histoires personnelles sont puissantes**. Les personnes dont vous recevez des informations ne doivent pas nécessairement être des experts ou des professionnels, mais peuvent être des personnes ordinaires ayant une histoire

personnelle liée au sujet. Une fois que vous avez identifié un invité d'émission approprié pour votre reportage COVID-19, déterminez

le format audio le plus adapté pour raconter son histoire/expérience/opinion.

3. FAIRE DES REPORTAGES À DISTANCE

DÉFINITIONS

Vous trouverez ci-dessous des définitions pour vous aider à mieux comprendre certains des nouveaux termes que vous rencontrerez dans ce chapitre.

Faire des reportages à distance :

En sachant que la majorité du travail en lien avec les médias est fait en face à face, cette crise exige que vous soyez en sécurité tout en continuant à faire un travail important consistant à donner des informations précises pour le grand public. Faire des reportages à distance vous demande de faire preuve de créativité avec les ressources et la technologie que nous avons chez vous. Pour la plupart d'entre vous, utiliser vos smartphones pour remplacer les enregistreurs est le moyen le plus simple que vous avez, pour vous enregistrer et envoyer vos fichiers audio pour la diffusion.

Smartphone :

Un smartphone est un téléphone portable qui possède des fonctions plus avancées, au-delà de pouvoir passer des appels téléphoniques ou d'envoyer des SMS. La plupart des smartphones nous permettent de prendre des photos, d'aller en ligne, de faire des recherches sur Internet et de

APPRENDRE COMMENT UTILISER VOTRE SMARTPHONE COMME UN OUTIL DE REPORTAGE

S'ENREGISTRER SOI-MÊME:

Pour utiliser votre smartphone comme un outil pour faire du reportage, vous devrez comprendre en quoi les aspects techniques et la qualité sonore d'un smartphone diffèrent de la qualité sonore d'un enregistreur. Il y a des choses similaires et des choses qui sont différentes.

faire des enregistrements vocaux. Pendant la crise de COVID-19, alors que vous commencez à pratiquer le reportage à distance, le smartphone est un appareil qui a remplacé vos enregistreurs habituels. Le nombre de bactéries que l'on trouve dans un téléphone portable typique est plus important que ce que l'on trouve sur un comptoir de cuisine, une poignée de porte ou un siège de toilettes. C'est pourquoi, il est important de nettoyer votre appareil aussi souvent que vos mains ou les autres surfaces, pour limiter la propagation du COVID-19.

Enregistrement vocaux :

La plupart des smartphones ont une option d'enregistrement vocal dans la liste des paramètres ou même dans WhatsApp. Un microphone est le symbole le plus couramment utilisé pour l'appareil d'enregistrement vocal. Le principal défi en utilisant votre téléphone comme un enregistreur sera d'obtenir un son clair. Les microphones dans nos téléphones ne sont pas aussi performants que les enregistreurs, donc prenez le temps s'il vous plaît, de vous entraîner sur vos téléphones afin d'obtenir la meilleure qualité sonore possible.

Celles-ci sont expliquées ci-dessous:

- Comme vous le faites normalement en utilisant un enregistreur, commencez toujours à enregistrer quelques secondes avant de parler dans votre téléphone et laissez-le quelques secondes après avoir fini de parler, avant d'appuyer sur le bouton d'arrêt pour vous assurer de ne pas couper le début ou la fin de votre enregistrement.

- La plupart des microphones des smartphones sont situés en bas du téléphone à côté de la prise des écouteurs. Lorsque vous enregistrez, assurez-vous que le microphone est en direction de la bouche. Faites attention à ne pas couvrir le micro avec vos mains lors des enregistrements.
- Contrairement à l'enregistreur que vous gardez à 10 cm (environ la taille d'un poing) de distance de votre bouche, vous devez garder le microphone du téléphone à environ 2 cm (plus au moins la longueur de votre pouce) de distance avec votre bouche lors de l'enregistrement. En effet, les microphones de téléphone ne sont pas aussi performants que les enregistreurs. Il est important de tenir votre téléphone plus près de votre bouche afin qu'il capte bien votre voix.
- Contrairement aux enregistreurs où vous pouvez modifier les niveaux d'enregistrement, les téléphones n'ont pas cette fonction. En utilisant votre téléphone, entraînez-vous à vous enregistrer en testant les niveaux sonores en fonction de la distance entre le téléphone et votre bouche. Si le téléphone est trop près, vous entendrez toutes les intonations, les soupirs et les respirations

de votre voix, ce qui n'est pas idéal pour les auditeurs. S'il est trop loin, votre voix sera trop douce et inaudible. Testez cela en utilisant différentes tonalités, du chuchotement aux cris. Certaines applications comme par exemple, le dictaphone sur Iphone, vous montre "les ondes sonores" qui entrent lorsque vous parlez, vous indiquant si les niveaux sonores sont trop élevés ou trop faibles.

- Avant de commencer l'enregistrement sur votre smartphone, mettez l'appareil en mode avion. Cela vous évitera que votre enregistrement soit interrompu par la notification d'un nouveau message ou les vibrations d'un appel téléphonique.
- Assurez-vous de projeter votre voix suffisamment, de façon à l'entendre clairement. Donnez du rythme en utilisant des phrases courtes. Lorsque vous parlez avec des phrases longues et complexes, vous essayez la plupart du temps de dire le plus de mots en une seule respiration. Soyez conscient de votre respiration, faites une pause pendant l'interview / l'enregistrement. En tournant la tête sur le côté à chaque respiration, vous éviterez les bruits de respiration que vous devrez ensuite enlever lors du montage!

ENREGISTRER UNE INTERVIEW AVEC QUELQU'UN QUI N'EST PAS AU MÊME ENDROIT QUE VOUS

IL EXISTE DIFFÉRENTES FAÇONS DE RECUEILLIR LE SON D'UNE PERSONNE QUI NE SE TROUVE PAS AU MÊME ENDROIT QUE VOUS.

- Le moyen le plus simple, d'un point de vue technologique, est d'envoyer les questions en avance et de demander d'envoyer les réponses par le biais d'une note vocale WhatsApp ou par un enregistrement audio.

Chapitre 'À faire' et 'À ne pas faire' lors de l'enregistrement d'interviews en utilisant les notes vocales.



- Pour enregistrer une interview en direct, vous pouvez appeler la personne, mettre le haut-parleur et utiliser un autre smartphone pour l'enregistrer. La qualité de l'interview pourrait ne pas être aussi bonne que celle d'une note vocale, mais cela pourra toujours fonctionner.
- Vous pouvez utiliser aussi les applications gratuites telles que Anchor (anchor.fm) qui vous permettent d'enregistrer une interview par téléphone même si la personne interviewée n'a pas l'application sur son téléphone.

LES MEILLEURES FAÇONS D'UTILISER WHATSAPP

WhatsApp est une application gratuite et facile à utiliser, appartenant à Facebook. Elle vous permet d'envoyer et de recevoir des messages, des appels audio et vidéo, des images, des documents et des notes vocales. WhatsApp est la première application de messagerie sur le continent africain et sa fonction de notes vocales est idéale pour le reportage à distance. Ce sont les principales raisons pour lesquelles nous vous recommandons d'utiliser WhatsApp lors de vos reportages à distance. Mais tout d'abord, voici quelques conseils :

Utilisez et gérez correctement votre compte WhatsApp pour les conversations en tête-à-tête et les conversations en petit groupe : Pour votre propre sécurité, confiez au(x) administrateur(s) de votre groupe WhatsApp la responsabilité de créer un groupe WhatsApp dans lequel toutes les conversations avec les invités se dérouleront. Ce groupe WhatsApp peut inclure l'encadreur, le(s) administrateur(s) WhatsApp et les membres de l'équipe concernée. Supprimez et ajoutez des invités au besoin pour chaque émission. Il est important que votre encadreur fasse partie de tous les groupes WhatsApp créés par le(s) administrateur(s) pour communiquer avec les invités, afin qu'il y ait une certaine surveillance. Inclure votre encadreur dans tous les groupes WhatsApp permet la surveillance, la transparence, la responsabilisation de la communauté locale, et de prendre des précautions.



- Vous devez obtenir la permission des invités de l'émission et des membres de l'équipe avant de les ajouter à un groupe : Si vous ajoutez quelqu'un à un groupe et qu'il se retire, veuillez s'il vous plaît, respecter sa décision et ne l'ajoutez pas à nouveau, sauf s'il le demande.
- Obtenir le consentement des personnes : Les messages doivent être uniquement envoyés aux personnes qui vous ont contacté au préalable ou qui ont consenti à être contactées par WhatsApp. Il est préférable de donner aux personnes des options sur leur forme de communication préférée et ensuite, vous pouvez proposer WhatsApp, en expliquant ses fonctionnalités qui présente un avantage pour le reportage.
- Respectez les choix des personnes, quelle que soit la qualité du contenu : si une personne qui a été interviewéE ou qui a partagé son histoire, décide de revenir en arrière et vous demande de supprimer ses messages, vous devez honorer sa demande. Si elle vous demande d'arrêter de lui envoyer des messages, retirez-LA de votre carnet d'adresse et ne le contactez plus.
- Réfléchissez bien avant de transférer des contacts: Le fait que vos invités donnent leur consentement à la diffusion de leurs histoires et opinions à l'antenne, ne signifie pas qu'ils vous ont autorisé à transmettre leurs contacts. Ne partagez pas les enregistrements de vos invités avec d'autres personnes.
- Utilisation de listes de contacts qui ne sont pas les vôtres : Ne partagez jamais de numéros de téléphone sans le consentement de vos invités.
- Listes de diffusion : Les messages envoyés par liste de diffusion sont uniquement reçus lorsque vos coordonnées sont incluses dans la liste de contacts des personnes. Notez, s'il vous plaît, que l'utilisation excessive des messages diffusés peut conduire les auditeurs à signaler vos messages. Veuillez également noter que WhatsApp peut bloquer les comptes signalés pour l'envoi excessif de messages.

PRÉCAUTION À PRENDRE PENDANT L'ENREGISTREMENT D'INTERVIEWS AVEC DES NOTES VOCALES

Voici quelques directives pour vous, jeunes reporter, lorsque vous menez une interview par une note vocale, aussi bien lorsque vous et votre interviewé, échangez des notes vocales dans les deux sens que comme dans une interview en face à face.



FORMATS, Interviews

'À FAIRE'	'À NE PAS FAIRE'
<p>Donnez à votre invité une idée claire de ce que vous recherchez en lui posant les bonnes questions ou en étant précis sur le type d'histoires ou d'expériences que vous voudriez entendre.</p>	<p>N'ayez pas peur d'arrêter une note vocale si elle est trop longue, ou si un invité est hors-sujet ou parle de manière inappropriée, mais assurez-vous de le faire poliment.</p>
<p>Présentez les invités par leur nom et remerciez-les après pour leur contribution.</p>	<p>Ne transférez pas les notes vocales des personnes interviewées à vos amis, en particulier les détails croustillants.</p>
<p>Utilisez des questions ouvertes pour permettre aux personnes interrogées d'ajouter plus d'informations y compris les sentiments, les attitudes et la compréhension du sujet.</p>	<p>Essayez de ne pas utiliser de questions fermées.</p>
<p>Expliquez à l'invité les méthodes et d'enregistrement des notes vocales et le lieu idéal pour l'enregistrement.</p>	<p>Ne vous contentez pas d'une note vocale dont vous n'êtes pas satisfait. Expliquez à l'invité pourquoi cela ne fonctionne pas et demandez-lui gentiment de bien vouloir la refaire.</p>
<p>Soyez polis et permettez à vos invités d'exprimer leur point de vue, même si vous n'êtes pas d'accord avec eux.</p>	<p>Essayez de ne pas vous racler la gorge, éternuer ou tousser dans le microphone. Essayez de garder l'enregistrement le plus clair possible.</p>

Maintenant, voici quelques consignes à partager avec les invités de l'émission pour vous assurer qu'ils enregistrent une note vocale de qualité suffisante pour être diffusée :

- Assurez-vous que vous êtes dans une pièce calme.
- Gardez votre téléphone proche de votre bouche en utilisant les écouteurs pour vous assurer que la qualité sonore est bonne.
- Rentrez vite dans le vif du sujet, au lieu de prendre trop de temps avec les présentations et les introductions.
- Soyez clair, et réfléchissez bien à ce que vous essayez de communiquer.
- Sachez ce que vous voulez dire avant de commencer l'enregistrement. Vous pouvez même l'écrire avant, mais évitez de le lire, afin de garder votre enregistrement vivant et motivant.
- Évitez de vous répéter.
- Gardez l'enregistrement dans la limite du temps autorisé selon le format.



Partagez ceci avec vos invités à chaque étape du processus. N'oubliez pas que vos invités ne sont pas des journalistes de radio et qu'ils ne savent pas s'enregistrer aussi naturellement que vous.

INSTRUCTIONS ET ENVIRONNEMENT D'ENREGISTREMENT



Do your recordings at a time when you are the least likely to receive phone calls, this will ensure limited calls come in and disrupt your voice note recordings or...

- Faites vos enregistrements lorsque vous êtes le moins susceptible de recevoir des appels, cela limitera les appels entrants et évitera de perturber les enregistrements de votre note vocale ou simplement, mettez votre téléphone en mode avion.
- Assurez-vous que la batterie de votre téléphone soit au moins chargée à 80 %.
- Assurez-vous que vous avez assez d'espace sur votre téléphone pour sauvegarder l'enregistrement.

Dès lors que vous maîtrisez les techniques d'enregistrement, il est important de considérer l'environnement dans lequel les enregistrements / notes vocales sont enregistrés.

Pour une qualité optimale, il est toujours préférable d'enregistrer dans une petite pièce calme où vous savez que personne ne viendra vous déranger. S'il y a des

rideaux, fermez-les pour minimiser les sons creux. Faites tous vos réglages avant de commencer. Vérifiez les sons potentiellement gênants provenant d'objets comme les climatisations, les lumières fluorescentes, les réfrigérateurs, les voitures dehors, les radios, ou le froissement des emballages alimentaires. Éteignez les appareils bruyants ou éloignez-vous d'eux. Contrairement aux enregistreurs, les microphones de téléphone ne sont pas très performants, et fonctionnent donc mieux si vous enregistrez dans un environnement calme.

Sachant que les reportages vont être faits à distance et probablement depuis vos domiciles, il se peut que vous soyez dérangés par les membres de votre famille avec qui vous partagez votre espace. Pour atténuer cela, vous pouvez :

- Enregistrer lorsque la maison est la plus calme, par exemple lorsque les membres de votre famille dorment.
- Programmer vos enregistrements et prévenir votre famille à l'avance lorsque vous voulez que l'espace soit calme.

Le bruit de fond peut être très distrayant et détourner l'attention des auditeurs

des informations que vous partagez. Expliquez aux gens autour de vous que vous allez enregistrer, et demandez-leur poliment, de se taire si besoin.



Vous aurez besoin de vous assurer que le lieu d'enregistrement de vos invités est calme à moins qu'ils n'enregistrent sur le terrain



Formats

CATALOGAGE

S'enregistrer en utilisant son téléphone est aussi important que de s'enregistrer avec un enregistreur.

Préparez votre propre système de classification et de catalogage : chaque enregistrement audio vient avec un petit carnet de catalogage. Vous pouvez en créer

un pour votre téléphone en utilisant un petit carnet ou en utilisant l'application Notes de votre téléphone.

Date:

Interview & sujet :

Temps de l'interview :

Nom de la personne interviewée :

4. FORMATS

Avec les deux premiers formats, les questions que vous posez et comment vous les organisez sont essentielles pour obtenir des informations optimales, en encourageant l'interviewé à utiliser des mots descriptifs, l'émotion et du ton pour renforcer l'histoire.



INTERVIEWS



Comme mentionné plus haut, lorsque vous faites une interview dans le contexte du COVID-19, vous pouvez ou conduire une interview avec une personne qui est dans votre environnement immédiat, ou si ce n'est pas le cas, vous pouvez utiliser les notes vocales. Dans ce dernier cas, vous et votre interviewé échangez des notes vocales dans les deux sens pour reproduire le flux d'une interview en direct.



Conseils pour de bonnes questions :

- Evitez des questions qui conduise simplement à la réponse oui ou non. Si l'interviewé répond par un oui ou non, demandez toujours "pourquoi".
- Vous n'avez pas à vous limiter aux questions qui ont été préparées. Écoutez les informations intéressantes et inattendues et posez des questions supplémentaires en rapport avec celles-ci.
- Faites attention à ne pas reposer des questions auxquelles une réponse a déjà été donnée.

- Utilisez des questions ouvertes. Évitez les questions qui suggèrent des réponses précises, par exemple: “être travailleur indépendant pendant le confinement doit être difficile, n’est-ce-pas ?” Une meilleure façon de poser la question serait, “Comment vous sentez-vous en tant que travailleur indépendant dans cette période d’incertitude ?”
- Restez simple. Ne posez pas deux questions en même temps. Les gens ne répondent généralement qu’à la seconde et oublient la première.

Une interview réussie implique généralement des recherches approfondies et un travail de planification préalable. Certains des éléments de la planification doivent inclure :

- Décider d’un angle pour votre émission sur le COVID-19.
- Définir ce que vous voulez obtenir de votre interview, par exemple, l’avis d’un expert ou des histoires personnelles.
- Trouver des personnes qui connaissent des choses sur l’angle de votre émission et qui pourront vous donner les informations que vous recherchez.
- Trouver le plus d’informations possibles sur la personne que vous allez interviewer avant l’interview.
- Ecrivez les questions à poser en vous rappelant que vous n’avez pas à rester fidèle à ces questions.
- Présentez-vous au téléphone et expliquez le but de votre interview.
- Soyez toujours poli et respectueux.
- Expliquez que l’interview a lieu par les notes vocales de WhatsApp pour des raisons de sécurité, afin de vous protéger tous les deux d’une infection potentielle.
- Demandez à l’interviewé son consentement pour enregistrer l’interview sur votre téléphone.
- Expliquez que vous allez intégrer l’interview à une émission de radio complète et donner le jour de diffusion si vous le connaissez.

Pendant l’interview :

- Commencez par vérifier la qualité de l’enregistrement et les bruits venant du lieu où se trouve de la personne l’interviewée en réalisant un test rapide. Cela peut être fait en posant une question informelle sans rapport avec l’interview.
- Continuez en demandant à l’interviewé de se présenter.
- Dès le début, essayez de mettre votre interviewé à l’aise.
- Parlez avec votre interviewé, ne vous contentez pas de lire une liste de questions. Soyez attentif à ce qu’il dit et ayez de l’empathie.
- Donnez à la personne interviewée la possibilité de réfléchir à ce qu’elle va dire avant d’envoyer sa réponse par note vocale. Ne vous laissez pas rebuter par des pauses et des silences.
- À la fin, remerciez les interviewés, et terminez la conversation en leur indiquant quand ils vont pouvoir écouter l’interview à l’antenne.



l’interview complète ne devrait pas durer plus de 5 minutes. Chaque note vocale devrait avoir une durée de 30 à 45 secondes.

MICRO-TROTTOIRS



Les micro-trottoirs sont quatre ou cinq courts fichiers audio provenant des membres de la communauté exprimant leurs opinions sur un sujet. Ils sont un excellent moyen de commencer une émission car ils présentent les opinions et les réflexions de la communauté autour d'un sujet tel que le COVID-19. Ils sont également un excellent format pour évaluer les connaissances et la sensibilisation des membres de la communauté sur un sujet spécifique.



Un micro-trottoir peut demander aux membres de la communauté, quelle est leur niveau de compréhension du COVID-19 ?



Les questions des micro-trottoirs peuvent être envoyées aux contacts de l'émission de radio à l'aide des listes de diffusion, tant que les membres comprennent qu'ils doivent répondre par note vocale. Quelques éléments à prendre en compte :

- Assurez-vous de fixer une date limite afin d'obtenir les réponses à temps pour les compiler et les envoyer pour diffusion.
- Encouragez les membres de la communauté à répondre honnêtement. Sans trop réfléchir à la question ni faire des recherches sur le sujet. Il n'est pas question d'avoir forcément la bonne réponse, et il n'y a pas de récompense pour la bonne réponse, c'est simplement un moyen d'évaluer la compréhension de la communauté.



Le micro-trottoir ne devrait pas durer plus de 3 minutes. La durée de chaque réponse du micro-trottoir devrait être de 20 à 30 secondes.

PORTRAIT AUDIO



Un portrait audio est le meilleur moyen pour recueillir l'histoire, le parcours et les expériences de quelqu'un étroitement touché par le sujet exploré dans votre émission. Ces invités ne sont pas toujours des experts, mais sont des personnes ordinaires dotées d'une perspicacité extraordinaire. Ce format permet de partager des réflexions profondes et honnêtes, et des contributions sincères, provenant de perspectives différentes. Le portrait audio amène les auditeurs à travers un voyage inspirant.



Une jeune femme invitée qui a lancé un laboratoire de pneumologie, servant à détecter des cas de COVID-19.



- Partie 1 (début)
 - Demandez-lui de se présenter et de parler un peu de son parcours (âge, école et situation familiale).
 - Demandez-lui quand et comment et pourquoi a-t-elle lancé un laboratoire de pneumologie.
- Partie 2 (milieu) :
 - Demandez-lui d'expliquer un moment marquant particulier et comment a-t-elle su qu'elle était sur la bonne voie.
 - Demandez-lui d'expliquer ce qu'elle a ressenti lorsque l'épidémie a atteint son pays et lorsque son labo a été sélectionné pour tester des échantillons

pour le virus.

- Partie 3 (fin) :
 - Demandez-lui de partager un message d'encouragement pour les auditeurs et les jeunes aspirant à travailler dans le domaine médical.
- Quelques questions à partager avec vos invités en pré-enregistrement pour les aider à structurer leur portrait audio :
- Pouvez-vous nous parler un peu plus de vous s'il vous plaît ?
- Pouvez-vous expliquer comment vous avez commencé à faire cela ?
- Pouvez-vous décrire un moment ou une expérience que vous n'oublierez jamais ?
- Qu'est-ce que cela vous apporte ?
- Avez vous un conseil / encouragement à donner à quelqu'un qui veut faire la même chose ?



Les portraits audio doivent durer de 2 à 3 minutes.



COMMENTAIRE AUDIO



Un commentaire audio capte l'opinion de quelqu'un qui peut être proche ou éloigné du sujet. Quelle que soit leur relation avec le sujet, ils ont une opinion forte sur le sujet et offrent des solutions concrètes au problème.



Un jeune médecin qui fait des heures supplémentaires dans l'un des hôpitaux de quarantaine COVID-19. Il fait des heures supplémentaires pour aider pendant l'épidémie et pense que ses concitoyens devraient respecter les règles d'auto-isollement et rester chez eux.



- Partie 1 (début) :
 - Il fait une déclaration sur que mes concitoyens respectent les règles d'auto-isollement durant la pandémie COVID-19...
 - Il continue par une présentation.
- Partie 2 (milieu) :
 - Il continue de partager son opinion. Il développe son point de vue, et utilise des exemples personnels et/ou partage des faits et des chiffres qui soutiennent son point de vue.
- Partie 3 (fin) :
 - Il conclut par une puissante déclaration en s'appuyant sur des solutions pratiques et réalistes.



Les commentaires audio doivent être de 1 à 2 minutes.



SUR LE TERRAIN



Les notes vocales sur le terrain sont des formats dans lesquels les membres de la communauté décrivent un événement ou une expérience en direct. Les membres de la communauté peuvent envoyer des notes vocales d'un événement digne d'intérêt, tels que les discours du président sur le COVID-19, ou une note vocale provenant d'un hôpital où les patients sont en quarantaine. Des notes vocales sur des nouvelles de dernière minute peuvent également être ajoutées lors d'un reportage par les membres de la communauté sur un événement qui vient juste de se produire, en tant que journalistes citoyens. Un exemple peut être faire un reportages sur une expulsion illégale pendant le confinement ou l'arrivée des services militaires pour contrôler les déplacements dans les communautés.



Les notes vocales sur le terrain sont captivantes pour les auditeurs, mais si elles mettent en danger la personne qui enregistre la note vocale, au risque d'attraper le virus, d'être agressée ou arrêtée, l'enregistrement doit être interrompu. Il est important de toujours prioriser votre sécurité et celles des autres.



Les reporters et les journalistes citoyens doivent suivre les directives suivantes lorsqu'ils enregistrent sur le terrain :

- Introduction : se présenter et préciser l'heure et l'événement.
- Description : Décrire ce qui se passe pendant l'événement.
- Informations générales : le membre de la communauté exprime ce qui se passe, depuis combien de temps, ainsi que toutes les autres informations importantes.



It takes research to find a community member who can give listeners the history or back-story of an event. The community member will need to interview an organizer or event coordinator beforehand and take what they have found out and script it into their own words.

- Cela demande un travail de recherche pour trouver un membre de la communauté capable de partager avec les auditeurs l'histoire et le contexte d'un événement. Le membre de la communauté devra au préalable interviewer un organisateur ou un coordinateur de l'événement pour obtenir toutes les informations-clés qu'il utilisera ensuite pour sa description.
- Interview : le membre de la communauté trouve une personne pendant l'événement pour répondre à quelques questions préparées afin qu'il explique comment il a vécu l'événement ou pourquoi il a décidé d'y participer.
- Conclusion : le membre de la communauté regroupe toutes les informations partagées.

Éléments à inclure si possible dans un format 'sur le terrain' :

- Son d'ambiance
- Interview avec un organisateur
- Interview avec des personnes lors de l'événement
- Un membre de la communauté qui décrit ce qu'il se passe
- Un membre de la communauté qui donne des informations sur l'événement



Les formats 'Sur le terrain' doivent être de 2 à 3 minutes.



JOURNAL DE BORD AUDIO



Un carnet de bord audio enregistre des idées personnelles, des pensées et des opinions par le biais d'un enregistrement vocal. C'est un moyen pratique de saisir et d'exprimer des idées et des sentiments. Les carnets de bord audio sont enregistrés régulièrement/quotidiennement sur une période, comme on écrit tous les jours dans un journal intime. Cette approche "journalière" est ce qui fait du carnet de bord audio un format très personnel, où l'auditeur peut vraiment entendre des moments importants, des pensées et des sentiments de la personne qui enregistre.

La longueur et le ton des enregistrements peuvent varier (ils peuvent être sérieux, amusants, idiots ou tristes). Ils peuvent prendre la forme d'un poème ou d'une chanson. Ils peuvent être scénarisés ou improvisés. Il est important de prendre en compte les éléments suivants avant d'enregistrer :

- Décidez quel est le message principal/le sentiment que vous souhaitez transmettre ce jour-là, en ce qui concerne votre point de vue sur le COVID-19.
- Si vous avez parlé de quelque chose d'important dans le dernier message et laissé les choses en suspense référez-vous à ce dont vous avez parlé auparavant, et expliquez comment la situation a évolué ou non.
- Prenez en compte les sons d'ambiance du terrain pour agrémenter votre enregistrement. Le bruit d'un ventilateur peut être gênant, mais si votre carnet de bord audio parle de la prise en charge des enfants durant le confinement, des bruits de fond d'enfants peuvent renforcer l'émotion de l'histoire.
- makes can be distracting, but if your audio diary is about taking care of children during the lockdown, background sounds of children can enhance the feeling of the story.



Un carnet de bord d'un jeune décrivant sa vie pendant le confinement sur tout ce qu'il vit. Ils peuvent être inquiets sur leurs retours possibles à l'école, avoir des conflits avec d'autres proches à la maison, inquiet pour leurs mamans infirmières à l'hôpital public, ou peuvent simplement raconter les courses toutes les semaines ou ce qu'il se passe dans les rues du quartier.



Les carnets de bord audio doivent être de 2 à 3 minutes.

LE SAVIEZ-VOUS ?

‘Le saviez-vous ?’ est le format utilisé pour répertorier et partager des faits intéressants, simples et informatifs. Ceux-ci peuvent être partagés sous la forme de statistiques, de chiffres ou de déclarations.



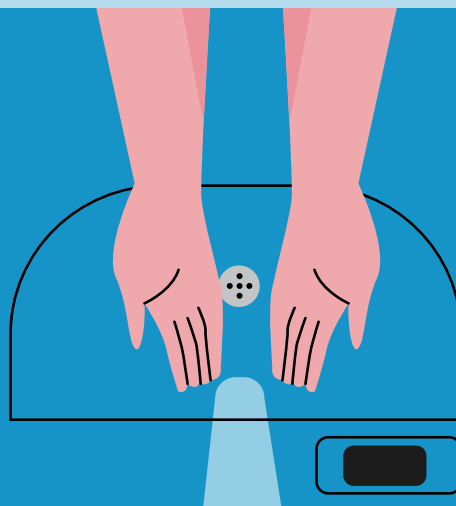
Savez-vous que le pays de St-Vincent-et-les-Grenadines a le plus petit nombre de cas de COVID-19, avec un seul cas confirmé ?

Il s’agit d’un bon format pour conclure l’émission, pour souligner le message à retenir du sujet et informer les auditeurs de faits mis à jour et vérifiés sur le sujet abordé. Il vise à rendre les gens curieux et à réfléchir sur le sujet après l’émission.

Vous pouvez ajouter un à 3 faits dans la section ‘le saviez-vous ?’.

Vérifiez vos faits à travers plusieurs références, pour vérifier qu’ils sont corrects.

L’animateur devra faire des recherches sur les faits ‘le saviez-vous ?’ relatifs au sujet avant l’émission et ajouter les faits au script afin qu’ils puissent les partager juste avant la fin de l’émission.



Faites en sorte que les faits que vous partagez soient courts et simples. Les longues déclarations peuvent être facilement oubliées par les auditeurs.

INTRODUCTION ET CONCLUSION DE FORMATS

Puisque vous n'êtes pas à l'antenne, le reporter enregistrant le format devra pré-enregistrer l'introduction et la conclusion de ses formats. Ceux-ci seront importants, car ils donnent de la cohérence à chaque segment, vous permettant de garder l'attention de l'auditeur, pour écouter les histoires des membres de la communauté et de mieux comprendre le sujet.

Voici quelques suggestions pour enregistrer vos introductions et conclusions de formats :

- Assurez-vous que l'introduction et la conclusion sont enregistrées sur des pistes différentes du format audio. Cela permettra une certaine flexibilité pendant le processus de montage
- Gardez l'introduction et la conclusion courtes.
- N'expliquez pas tout. Donnez juste assez d'informations pour susciter l'intérêt des auditeurs et donnez-leur suffisamment de détails pour qu'ils puissent mieux

comprendre le lieu et le contexte.

- Ajoutez des pensées concrètes dans votre conclusion, donnez des détails sur un point précédent ou corrigez toute information partagée qui est incorrecte.
- Évitez le jargon radiophonique et utilisez un langage que vos auditeurs comprennent



Le moyen de présenter un Micro-trottoir n'est pas "... et maintenant, on écoute un micro-trottoir sur le COVID-19", mais plutôt de dire "vous allez maintenant entendre les points de vue de la communauté sur le COVID-19".

- Assurez-vous que votre voix capte l'attention des auditeurs. Essayez de garder la même énergie que vous auriez si vous présentiez l'émission en direct.

GESTION DES ECHANGES AVEC LES AUDITEURS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

L'un des plus grands risques de la diffusion d'une émission pré-enregistrée est de perdre les échanges directs avec les auditeurs. Cette section présente des moyens de poursuivre les échanges entre les auditeurs et les journalistes, en explorant les opportunités offertes par les réseaux sociaux pour combler cet écart.

Bien que les émissions seront pré-enregistrées pour la diffusion, les échanges avec les auditeurs sont toujours possibles en utilisant les plateformes des réseaux sociaux telles que Facebook et Instagram et même WhatsApp, à travers les listes de diffusion.

N'oubliez pas que pendant la diffusion en direct, vous entrez en contact avec les auditeurs pour diverses raisons. Parfois pour répondre aux questions des auditeurs, d'autres fois, pour lancer des jeux concours ou écouter les commentaires de vos auditeurs. Avec les émissions pré-enregistrées, ces échanges devront être redirigés vers Facebook, WhatsApp, ou la plateforme qui vous convient le mieux. Ces engagements peuvent aussi avoir lieu à tout moment, pendant le processus de production, ce qui signifie que vous pouvez interagir avec vos auditeurs avant, pendant et après l'émission sur les réseaux sociaux.

Ces échanges avec les auditeurs sur les réseaux sociaux nécessiteront une présence active et forte sur ces réseaux. Vous

devrez constamment mettre à jour vos plateformes pour atteindre les auditeurs jeunes et adultes, si vous voulez qu'ils identifient les plateformes comme source active d'actualités, ainsi qu'un espace où ils peuvent entendre des opinions intéressantes de jeunes sur cette crise.

Ci-dessous une liste de conseils pour dialoguer avec vos auditeurs à l'aide des réseaux sociaux :

- Posez une question à vos auditeurs et dirigez-les vers le chat de votre page Facebook
- Demandez aux auditeurs de partager leurs réponses et opinions sur la page Facebook
- Partagez des liens pertinents sur votre page Facebook en tant que ressource pour les auditeurs qui veulent en savoir plus sur le sujet de votre émission
- Publiez régulièrement afin que vos auditeurs prennent l'habitude de regarder votre page Facebook
- Faites-en une plateforme fiable et régulièrement mise à jour sur laquelle ils peuvent se connecter
- Répondez à tout le monde. Supprimez les commentaires désobligeants et bloquez les trolls
- Organisez des concours et des prix
- Publiez un quiz

JEU-CONCOURS

Les jeux-concours sont un bon moyen de vérifier si les auditeurs ont compris les concepts que vous avez présentés et développés dans votre émission. Gardez-les simples et courts avec une ou deux questions de quiz par émission.

Sachant que votre émission est pré-enregistrée, vos auditeurs ne peuvent pas entrer en contact avec vous en direct, même s'ils peuvent toujours vous envoyer des SMS et des messages WhatsApp sur le numéro de l'émission ou de la radio. Pour renforcer la communication avec eux, vous pouvez rediriger les auditeurs vers vos pages de réseaux sociaux préférées ou les applications de messagerie afin qu'ils puissent participer au jeu-concours. Vous pouvez utiliser les jeux-concours aussi souvent que possible, pour que les auditeurs prennent l'habitude d'aller sur vos plateformes de réseaux sociaux lorsqu'ils écoutent votre émission.

Une bonne question de jeu-concours peut demander à l'audience de :

- Donner la définition d'un terme compliqué
- Donner une date mentionnée dans l'émission

RÉPONDRE AUX QUESTIONS DES AUDITEURS DE L'ÉMISSION

Étant donné que les émissions sur le COVID-19 que vous allez diffuser vont être pré-enregistrées, les échanges avec les auditeurs en ligne seront restreints. Comme mentionné, un des moyens de continuer à dialoguer avec vos auditeurs est de les diriger vers votre page Facebook ou votre liste de diffusion WhatsApp.

Voici quelques conseils pour échanger avec vos auditeurs sur les réseaux sociaux. Nous allons nous concentrer particulièrement

- Identifier un endroit qui a été mentionné dans l'émission

Quelques idées qui permettent aux jeux-concours de bien fonctionner :

- Introduisez le jeu-concours au milieu ou à la fin de l'émission
- Offrez un prix chaque semaine ou un grand prix à la fin du mois pour les personnes qui ont répondu aux questions correctement
- Partagez les informations et les faits importants dans le cadre du format 'le saviez-vous ?' ou dans le cadre de vos discussions radio
- Il est important de s'assurer que vous avez partagé les informations nécessaires avec les auditeurs plus d'une fois dans l'émission avant de lancer le quiz. De cette façon, les auditeurs attentifs ont une bonne chance de gagner.
- Ne posez pas de questions trop difficiles car cela peut décourager la participation des auditeurs. Rappelez-vous que le but de ce quiz est d'évaluer la compréhension des auditeurs de l'émission, et non un examen qu'ils vont réussir ou rater.

sur les listes de diffusion WhatsApp et Facebook.

Voici les étapes que vous devrez suivre pour organiser et faire un direct sur Facebook pour interagir avec le public :

- Allez sur la page Facebook de votre station ou des jeunes reporters.
- En haut du fil d'actualité de votre page Facebook, en dessous de "créer", sélectionnez l'option 'Live' (l'icône du caméscope).
- Vous serez invité à autoriser Facebook à accéder à votre caméra et microphone.

- Rédigez une description vidéo convaincante qui donnera envie aux spectateurs de regarder votre vidéo. Vous pouvez ajouter votre position géographique, utiliser des émoticônes, et tagger les personnes.
- Sélectionnez le paramètre de confidentialité en appuyant sur les points de suspension dans le coin inférieur droit et en ouvrant les 'restrictions d'audience'. Si votre page radio est une page d'entreprise Facebook, votre vidéo Facebook Live sera automatiquement publique.
- De manière générale, évitez d'ajouter des filtres, des effets visuels, ou des montages photos qui pourraient détourner l'attention du contenu de votre vidéo, ce qui n'est pas une bonne idée lors de discussions sur un sujet sérieux tel que le COVID-19.
- Assurez-vous que votre caméra est orientée dans le bon sens et que vous êtes au bon endroit avant d'appuyer sur le bouton "démarrer la vidéo en direct". Une fois que vous avez appuyé sur le bouton, la vidéo apparaîtra dans votre propre fil d'actualité, et dans le fil d'actualité de vos auditeurs. Dans le coin supérieur gauche, vous pouvez voir la durée de votre vidéo en direct.
- Dialoguez avec vos spectateurs pendant toute la diffusion du direct. Souvenez-vous, comme les émissions sont pré-enregistrées, les vidéos en direct sont l'un des seuls moyens d'interagir avec les auditeurs en temps réel, alors répondez à leurs questions et commentaires pendant le direct. Lorsque vous avez terminé la diffusion du direct, cliquez sur le bouton 'Terminer' dans le coin inférieur droit. Après cela, vous pouvez publier la vidéo sur votre profil pour la visualiser.

Some tips for making powerful Facebook



Les diffusions de Facebook Live peuvent durer jusqu'à 90 minutes. Cependant, parce vos auditeurs ont déjà écouté votre émission, essayez de garder le direct focalisé et aussi court que possible, 10 minutes maximum. Rappelez-vous que le direct vise à faire en sorte que les auditeurs se sentent connectés à votre émission de radio.

live stream videos:

- Quelques conseils pour faire des directs Facebook efficaces : Avoir un script d'introduction et de conclusion disponible
- Ecrivez votre script comme un script radio et donnez-lui la même énergie que pour une émission de radio en direct
- Assurez-vous que le direct a lieu immédiatement après la diffusion de l'émission, lorsque le contenu est encore frais dans l'esprit des auditeurs
- Assurez-vous d'avoir étudié le sujet de l'émission afin que de pouvoir répondre aux questions des auditeurs.
- Gardez votre fiche d'information sur le sujet à côté de vous pour vous aider
- Ajoutez un jeu-concours basé sur les faits 'le saviez-vous ?' que vous avez partagé pendant l'émission

Comment échanger avec vos auditeurs à l'aide des listes de diffusion WhatsApp :

Une liste de diffusion WhatsApp est une fonctionnalité utile pour partager des informations à la fois avec un grand groupe d'auditeurs, et pour obtenir des informations de leur part. Les listes de diffusion WhatsApp autorisent un maximum de 256 participants. Remarque : le seul moyen pour les auditeurs de quitter une liste de diffusion est de supprimer l'administrateur en tant que contact de leur répertoire téléphonique, ce qui empêchera tout autre message de les atteindre.

Quelques conseils pour l'utilisation de listes de diffusion WhatsApp sont :

- Partagez des annonces en provenance de la communauté, des informations et d'autres contenus avec les auditeurs

- Ciblez des groupes spécifiques d'auditeurs avec des sondages ou des jeu-concour par exemple, des adultes ou des jeunes auditeurs ou des auditeurs susceptibles de travailler dans le secteur particulier sur lequel vous vous focalisez
- Envoyez des mises à jour hebdomadaires sur les sujets d'émissions à venir
- Lorsque l'émission est terminée, informez votre audience des ressources de votre communauté, en partageant des liens utiles vers des informations plus détaillées, des numéros d'assistance téléphonique et des sites web avec des informations sur les organisations que les gens pourraient vouloir contacter.

L'administrateur WhatsApp de votre équipe doit ajouter les numéros de téléphone des auditeurs dans son répertoire et ensuite les ajouter sur la liste de diffusion. Il est important de rappeler que les auditeurs devront aussi ajouter le numéro de l'administrateur à leur répertoire pour recevoir les messages envoyés

sur la liste de diffusion. Si les auditeurs n'ajoutent pas le numéro des administrateurs, ils ne recevront pas les messages de la liste de diffusion.

Vous pouvez aussi publier le lien SoundCloud de vos émissions pré-enregistrées sur les pages de vos réseaux sociaux. Ainsi, les membres du public qui ont manqué l'émission auront la chance de l'écouter sur SoundCloud



Archivage / Soundcloud :
'Comment faire' pour plus de détails sur la façon de télécharger vos émissions pré-enregistrées sur SoundCloud.

RECHERCHE D'ANGLES DE SUJET À L'AIDE DES RÉSEAUX SOCIAUX

Au fur et à mesure que la compréhension globale autour du COVID-19 se développe, les conversations à l'antenne changent aussi. Avec le temps, vous constaterez peut-être que votre priorité passe de l'information des auditeurs sur les mesures préventives, aux conversations plus complexes sur la stigmatisation. Pour que vos émissions soient fiables et pertinentes, il est important de maintenir vos thèmes d'émissions sur le COVID-19 en concordance avec les échanges de la vie de votre communauté.



Nous savons que la pandémie aura inévitablement un impact négatif sur notre économie. Mais pour l'instant ce qui est d'actualité et urgent sont les informations sur la prévention de la propagation de nouvelles infections.

Une fois que nous aurons franchi cette phase initiale, que nous serons mieux informés et équipés pour gérer la pandémie, les conversations COVID-19 pourraient prendre une dimension plus nationale et plus large. C'est à ce moment que les histoires personnelles et les conséquences pour les différentes communautés, régions feront surface. Les réseaux sociaux sont un bon endroit pour trouver ces histoires personnelles.

Les gens utilisent les réseaux sociaux de différentes manières. Certaines personnes publient tout ce qu'ils leur passent par la tête, d'autres les utilisent comme une forme de journal, pour partager des réflexions personnelles, d'autres pour capturer des souvenirs marquants qui ont changé leurs vies, ou pour partager leurs opinions

sur des événements d'actualité et des discussions. Peu importe comment les gens s'engagent, les réseaux sociaux seront une bonne plateforme pour trouver des angles d'histoire COVID-19 parce que c'est un espace qui vous met en relation avec des personnes en dehors de vos réseaux personnels, avec des idées et perspectives différentes.



Même si les plateformes des réseaux sociaux sont utiles pour trouver des angles nouveaux, assurez-vous de rechercher l'angle d'au moins trois différentes sources (ex: journaux, un site web crédible et un article écrit par des experts) qui parlent du même angle de sujet. Cela vous permettra de trouver d'autres perspectives.

- Il est de votre responsabilité de vous assurer que le sujet de votre émission est pertinent et sert votre communauté. Les réseaux sociaux peuvent vous exposer à des personnes au-delà de vos réseaux personnels ainsi que vous présentent une multitude de nouvelles idées et perspectives. Lorsque vous avez choisi un angle d'émission, posez-vous les questions suivantes pour être certain que votre sujet est pertinent pour les auditeurs de votre communauté :
 - Vos auditeurs se soucieront-ils de votre histoire ?
 - Pouvez-vous trouver des contacts et des sources pour l'information que vous partagez
 - Est-ce nouveau, utile et intéressant pour votre public ?



Une fois que vous avez choisi votre angle d'émission, annoncez-le sur vos plateformes de réseaux sociaux pour inciter vos auditeurs à écouter l'émission de radio.

VÉRIFICATION DES FAITS

Souvenez-vous que les reportages à distance vous obligeront à faire la plupart de vos recherches en ligne, donc assurez-vous de re-vérifier certains des faits partagés par les invités choisis, et les informations que vous trouvez en ligne. Malheureusement, les informations que l'on trouve en ligne ne sont pas toutes factuelles ou vraies, donc c'est votre responsabilité de vérifier les faits. Il y a énormément de fausses informations qui circulent à propos du COVID-19 et partager des informations qui sont fausses peut être dangereux. Avant que vous partagiez quelque chose, assurez-vous d'avoir re-vérifié les faits. Pour vérifier les faits sur le COVID-19, utilisez les sites officiels et approuvés tels que l'Organisation Mondiale de la Santé (OMS) ou les Centres For Disease Control (CDC) de votre pays/zone géographique.

4. POST-PRODUCTION ET DIFFUSION À DISTANCE

KIT D'ÉMISSION RADIO ET ARCHIVAGE KIT D'ÉMISSION RADIO

Pour que l'encadreur et le facilitateur CRF créent une version finale de l'émission et téléchargent le contenu pour les auditeurs, ils devront recevoir un 'kit d'émission radio' de votre part. Le 'kit d'émission radio' est constitué des éléments suivants :

- Formats radio
- Introduction et conclusion des formats
- Introduction et conclusion générales de l'émission
- Conducteur de l'émission

Votre encadreur et facilitateur CRF vont devoir monter les 30 à 60 minutes d'émission. Ci-dessous une liste des éléments du 'kit d'émission radio' qui devront être inclus toutes les semaines :

- Le conducteur de l'émission
Le conducteur de l'émission est le plan étape par étape de votre émission. C'est le guide que l'encadreur et facilitateur CRF vont utiliser pour monter votre émission. Le conducteur de l'émission aidera l'encadreur et facilitateur CRF à livrer le produit que vous avez envisagé et à vous assurer que le résultat est à votre image. Ceci est important, car même si vous faites des reportages à distance, les émissions de radio doivent être faites par les jeunes, pour les jeunes. Il est fait par les jeunes uniquement si vous, Jeunes Reporters, suivez le procédé minutieusement étape par étape. Une étape importante est le conducteur de l'émission qui montre que votre émission est prête. Ci-dessous un exemple de conducteur d'émission de COVID-19 pour une émission de 60 minutes. Si votre émission est de 30 minutes, réduisez le nombre de formats à utiliser pendant l'émission :

INTRODUCTION DE L'ÉMISSION: SUJET ET PLAN DE L'ÉMISSION

Format 1: MICRO-TROTTOIR

Introduction du portrait audio

Format 2: PORTRAIT AUDIO

Conclusion carnet de bord et introduction de l'interview

Format 3: INTERVIEW

Conclusion de Interview

Format 4: 'Le Saviez-vous ?'

Introduction du Commentaire audio

Format 5: COMMENTAIRE AUDIO

Conclusion commentaire audio et introduction portrait audio

Format 6: PORTRAIT AUDIO

Conclusion portrait audio

Format 7: 'Le Saviez-vous ?'

Conclusion de l'émission: Rediriger les auditeurs vers le direct sur Facebook pour les questions et réponses et pour participer au jeu- concours (pré-enregistré)

- Formats audio



la section Formats pour toute information.

- Introduction et conclusion de formats



la section 'formats' pour lire une explication sur comment faire une introduction et une conclusion pour un format.

WhatsApp est la principale plateforme pour les enregistrements et les échanges avec les auditeurs. WhatsApp devra être utilisé comme plateforme pour partager le 'kit d'émission radio' avec l'encadreur et l'équipe CRF. Le conducteur de l'émission peut être partagé sur WhatsApp en fichier PDF, document Word, photo ou message texte. Le plus important est d'envoyer un 'kit d'émission radio' clairement intitulé et conçu pour l'encadreur et l'équipe CRF.

Lorsque vous partagez le 'kit d'émission radio' avec l'encadreur et l'équipe CRF, le plus important est de s'assurer que tous vos fichiers sont correctement nommés. Tous les fichiers doivent clairement identifier le

sujet, le titre, la date et le contenu comme mentionnés ci-dessous:

COVID-19_TITRE DE L'EMISSION_DATE DE L'EMISSION_CONTENU



Si un format de portrait audio fait partie de votre 'kit d'émission radio', vous devez renommer le portrait audio de la sorte : COVID-19_PREVENTION_16 AVRIL 2020_PORTRAIT AUDIO. Si vous proposez un conducteur, il portera le titre suivant : COVID-19_PREVENTION_16 AVRIL 2020_CONDUCTEUR

ARCHIVAGE SUR SOUNDCLOUD

Le COVID-19 est une pandémie qui touche le monde entier et il est important que le contenu que vous produisez soit reçu et écouté au-delà de votre communauté. De cette façon, vous contribuez au partage des conversations et de solutions globales sur diverses plateformes et pour différentes organisations.

Pour que CRF puisse extraire les émissions radio, elles doivent être archivées sur SoundCloud (www.soundcloud.com).

SoundCloud est une plateforme facile pour partager des émissions radio ou des formats radio, les rendant disponibles à un large public. Comme il est difficile d'envoyer des fichiers audio volumineux, vous utiliserez SoundCloud. SoundCloud vous permet de télécharger vos formats radio et d'envoyer des descriptions pour chacun d'eux. Votre émission radio/formats sera téléchargée sur la page du groupe "YRN (PAYS)" sur SoundCloud, où nous-même, d'autres reporters, des stations de radio ou le public pourront écouter vos émissions et formats, les télécharger, et les partager sur Facebook ou Twitter, ou même commenter sur ce que vous avez produit.

Comme mentionné dans la section 'Attribuer

les tâches et les responsabilités aux membres de l'équipe', l'archivage est la responsabilité des encadreurs et une tâche qu'ils accompliront une fois l'émission terminée. Cependant, il relève de la responsabilité des producteurs de vérifier que l'émission produite a été téléchargée sur SoundCloud.

Ci-dessous les étapes à suivre pour l'archivage sur SoundCloud :

- Assurez-vous que votre programme est un fichier MP3. Ceci rend le fichier plus petit et facile à envoyer. Si ce n'est pas un fichier MP3, utilisez iTunes ou un autre lecteur multimédia pour le convertir en MP3.
- Allez sur www.soundcloud.com et identifiez-vous
- Allez sur le site web : <http://soundcloud.com/groups/youth-radio-network-south-africa>
- Cliquez sur le bouton "Télécharger".
- Cliquez sur le bouton "Choisir un fichier".
- Sélectionnez le fichier audio que vous voulez télécharger et cliquez sur "Ouvrir". C'est à ce moment que l'archivage ainsi que l'intitulé des fichiers et des enregistrements est important. Ensuite, le téléchargement commencera automatiquement. Vous pouvez suivre la progression sur l'écran avec la barre bleue mobile. Parfois, si votre connexion internet est interrompue, il peut

échouer. Essayez encore.

- Après la fin du téléchargement, le fichier va être encodé, ce qui signifie qu'il est converti afin d'être utilisé sur SoundCloud.
- Tapez un titre pour l'émission. Utilisez le format : NOM DU GROUPE ÉMISSION DE RADIO ("Voix des Jeunes") : Sujet ("COVID-19"). Commencez toujours par le nom de votre groupe, suivi par le sujet/l'angle de l'émission de radio que vous téléchargez.
- Cliquez sur "Image" pour télécharger une photo associée à l'émission ou format - ceci est facultatif. Cependant, si vous décidez de télécharger une image, assurez-vous qu'elle

est appropriée pour l'émission de radio ou format et qu'elle ne dénature pas ou ne met pas en danger les invités.

- A l'endroit où est marqué 'tags', tapez les mots-clés de votre format radio ou émission.
- Sous "Description", tapez un court paragraphe décrivant le contenu du format ou de l'émission. Donnez à vos auditeurs toutes les informations nécessaires et pensez que certains diffuseurs pourraient être intéressés par votre émission, et donc qu'ils pourraient avoir besoin d'informations complémentaires.

5. REMERCIEMENTS

CRF voudrait vous remercier pour votre réceptivité à ce manuel de production et de diffusion de reportages à distance en réponse à la pandémie de COVID-19.

Nous sommes impatients de voir comment vous surmontez avec créativité les obstacles et mettez en application ces nouvelles connaissances à travers le réseau. Nous sommes surtout impatients d'entendre les histoires de vos communautés sur le COVID-19 que vous allez recueillir et partager. Restez en sécurité. Continuez de faire des reportages.

6. RESSOURCES

Ressources liées au COVID-19 :

- Global WHO COVID 19
- COVID-19 au niveau international - OMS
- COVID 19 - Institut Pasteur
- Q&R sur COVID-19 - OMS
- Covid-19, une épidémie de fake news
- Comprendre le confinement

Ressources liées à la diffusion en direct sur les réseaux sociaux :

- https://www.lalettre.pro/7-etapes-pour-une-strategie-radio-reussie_a9915.html
- <https://flockler.com/fr/blog/reseaux-sociaux-debutant>