



Comité régional Acti-Jeunes
Laval-Laurentides-Lanaudière

Formation en animation radiophonique

Cahier de bord



Ce projet est une réalisation du comité régional Acti-Jeunes des régions de Laval, des Laurentides et de Lanaudière sous la direction de Chantal Richer.

Conception et rédaction

Isabelle Gauthier, formatrice

Richard Fortin, animateur de radio

Lise Leblanc, Commission scolaire de la Rivière-du-Nord

Secrétariat

Ghislaine Racine, Commission scolaire de la Rivière-du-Nord

Muriel Huneault, Direction régionale du ministère de l'Éducation

Diane Tremblay, Direction régionale du ministère de l'Éducation

Révision linguistique

Sous la responsabilité du Service des publications du ministère de l'Éducation

Novembre 2000

PRÉSENTATION

Le Comité régional Acti-Jeunes de Laval, des Laurentides et de Lanaudière s'est donné comme objectif d'élaborer un outil pratique et dynamique pour tous les jeunes du secondaire pour qui la radio scolaire tient une place importante dans la vie de leur école.

Le cahier de formation se veut un document pédagogique d'accompagnement qui te permettra de réaliser une animation radiophonique adaptée à ton milieu. Il a été fait en tenant compte de la réalité dans les écoles secondaires en ce qui concerne l'organisation et la gestion de la radio scolaire.

Étant donné que des guides avaient déjà été élaborés par le cégep de Jonquière et l'équipe Acti-Jeunes de Montréal en 1994 et que ces derniers contiennent de l'information pertinente et encore actuelle sur le sujet, nous avons jugé opportun de monter le cahier de bord en grande partie à l'aide de ces documents. Cependant, puisqu'il nous fallait tenir compte de la diversité des modèles existants dans les écoles des trois régions pour l'organisation de ce service, nous avons sélectionné certains éléments de contenu qui nous apparaissaient utiles et facilement transférables à des élèves du secondaire.

De plus, comme le but principal de notre démarche vise à t'outiller adéquatement pour la réalisation d'émissions radiophoniques, nous avons adapté le contenu du cahier à la formation régionale Acti-Jeunes en animation radiophonique. Cette initiative t'aidera donc à réinvestir tes apprentissages.

Note :

Comme ce cahier est actuellement en expérimentation dans les régions de Laval, des Laurentides et de Lanaudière, nous invitons les accompagnateurs et accompagnatrices ainsi que le personnel enseignant à soumettre à la Direction régionale leurs commentaires ou suggestions et à nous faire part des projets ou initiatives réalisés dans leur milieu.

Chantal Richer

Responsable des services complémentaires

Direction régionale de Laval, des Laurentides et de Lanaudière

300, rue Sicard, bureau 200

Sainte-Thérèse J7E 3X5

Télécopieur : (450) 430-4005

Courriel : chantal.richer@meq.gouv.qc.ca

TABLE DES MATIÈRES

OBJECTIFS DE LA FORMATION	1
APPROCHE PÉDAGOGIQUE	1
GESTION DE LA RADIO SCOLAIRE.....	2
Le portrait d'une équipe radiophonique.....	2
La définition des rôles.....	3
Les principaux alliés	6
À toi de trouver.....	6
RADIO SCOLAIRE.....	7
Les types de messages	7
La structure du message.....	8
Un peu d'éthique : sur les ondes, on ne dit pas n'importe quoi!	9
La formulation d'un message marketing.....	11
L'entrevue	12
Savoir gérer son souffle.....	13
MISE EN ONDES.....	15
La programmation	15
Le microphone.....	15
Le temps d'antenne.....	15
La radio scolaire, une radio différentel!	16
Conseils utiles	17
BOÎTE À OUTILS	19
Liste des principaux alliés de mon école	20
Habilités.....	21
Comité de production.....	23
Définition des rôles des membres de l'équipe.....	24
Formule d'engagement	25
Feuille de programmation musicale.....	26
Notes	27
BIBLIOGRAPHIE.....	29

Ce cahier de formation en animation radiophonique se veut un outil pédagogique qui t'aidera à faire de la radio scolaire de façon dynamique en fonction des réalités de ton école.

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- ✎ Présenter un aperçu de ce qu'englobe une émission de radio.
- ✎ Développer ton sens de l'information.
- ✎ T'amener à comprendre l'importance du rôle que tu joues en tant qu'animatrice ou animateur d'une émission de radio scolaire.
- ✎ Préciser quelques principes, exigences et conditions à respecter pour assurer la bonne planification d'une émission.
- ✎ Apprendre à concevoir une émission de radio scolaire.

APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Les objectifs seront traités à l'aide d'exercices pratiques qui te permettront d'élaborer un plan d'action visant à accroître ton succès lors de la réalisation de ton émission de radio.

GESTION DE LA RADIO SCOLAIRE

Le portrait d'une équipe radiophonique

La formation d'une équipe est une étape importante de la réalisation d'une émission de radio. Elle permet de découvrir les habiletés de chacun et contribue ainsi à rendre les productions plus dynamiques.



Il est donc essentiel de tenir compte des goûts et aptitudes de tous les membres afin de répartir judicieusement les tâches.

La radio est un travail d'équipe. C'est pourquoi il importe de partager ses renseignements avec les autres membres afin que les auditeurs sentent l'esprit d'équipe et de collaboration qui vous anime.

N'oubliez pas, l'objectif commun de l'équipe est d'informer et de divertir le public!

L'équipe radiophonique :

- ✎ Directeur ou directrice de la programmation
- ✎ Directeur ou directrice technique
- ✎ Chef de l'information
- ✎ Réalisateur ou réalisatrice
- ✎ Assistant-réalisateur ou assistante-réalisatrice
- ✎ Recherchiste
- ✎ Animateur-intervieweur ou animatrice-intervieweuse
- ✎ Technicien ou technicienne



La définition des rôles



✎ Directeur ou directrice de la programmation :

Cette personne veille à ce que l'information soit répartie de façon adéquate à l'intérieur de sa grille de diffusion. Elle doit aussi équilibrer son choix d'émissions en fonction de l'orientation qui aura été prise par l'équipe de production. C'est la tâche qui consiste à établir une grille de programmation.

Bref, le directeur ou la directrice de la programmation est l'âme de votre radio. Son choix doit reposer avant tout sur des critères de leadership, d'imagination, de responsabilité et de créativité.

✎ Directeur ou directrice technique :

C'est la personne qui veille à l'entretien du matériel et qui s'assure que les techniciens sont aptes à faire fonctionner l'équipement nécessaire à la diffusion.

✎ Chef de l'information :

C'est la personne responsable de la politique éditoriale de votre radio. Elle s'assure de la couverture des événements par les journalistes et élabore avec eux le bulletin de nouvelles.

✎ Réalisateur ou réalisatrice :

C'est la personne qui conçoit des projets et qui s'assure que l'équipe respecte le mandat qu'on lui a confié. C'est elle aussi qui forme l'équipe de production d'une émission et qui en assure le suivi.


✎ Assistant-réalisateur ou assistante-réalisatrice :

Cette personne s'occupe de la « paperasserie » liée à la réalisation. Elle est le bras droit du réalisateur ou de la réalisatrice et son rôle à la mise en ondes est capital. Elle est souvent le lien principal entre les auditeurs et l'équipe de production. C'est généralement cette personne qui est chargée du minutage.

 **Recherchiste :**


C'est la personne qui alimente l'animateur ou l'animatrice relativement aux dossiers qu'il ou qu'elle doit maîtriser avant de les livrer en ondes. C'est aussi celle qui doit trouver l'information et l'adapte selon la personnalité de l'animateur ou de l'animatrice.

Sa qualité première est la curiosité et elle doit posséder suffisamment sa matière pour être en mesure de la défendre.

 **Animateur-intervieweur ou animatrice-intervieweuse :**

C'est la personne la plus connue de l'équipe de production, car c'est elle qui fait passer le message. Son rôle est capital. Elle a une forte personnalité, du charisme et doit savoir très précisément où elle va. Elle est celle par qui on doit pouvoir s'identifier. Son choix fait souvent toute la différence quant à la qualité d'une émission.

Les principales fonctions de l'animateur ou de l'animatrice sont de renseigner et de divertir.

 **Technicien ou technicienne :**

Comme c'est elle qui doit faire les enchaînements, elle doit entretenir un lien étroit avec l'animateur ou l'animatrice. Sa tâche est complexe et demande une grande concentration.

Il se peut qu'un petit groupe de personnes se partagent toutes les tâches. Le comité doit alors être formé pour correspondre à l'image de l'équipe.

Voici une démarche qui facilitera la répartition des tâches :

- ✎ Chaque membre de l'équipe remplit la fiche « Habilités » (voir p.21) pour connaître ses habiletés et celles de ses coéquipiers.
- ✎ L'équipe dresse la liste de toutes les tâches à effectuer pour une émission (entrevues, collecte d'information, rédaction des messages, choix musicaux, réalisation de la grille de programmation, fonctionnement de l'équipement technique, etc.).
- ✎ À l'aide de la fiche « Habilités » qu'il a remplie, chaque membre de l'équipe choisit ensuite individuellement des tâches qu'il se sait capable d'accomplir.
- ✎ Les choix des membres sont ensuite mis en commun.
- ✎ Les tâches choisies par plusieurs membres font l'objet d'une discussion et sont assignées par consensus. Par exemple, si deux personnes veulent animer, elles peuvent décider d'animer la même émission à tour de rôle ou d'animer chacune leur propre émission.

Cependant, n'oublie pas que toutes les tâches décrites plus haut doivent être accomplies pour la réalisation de l'émission.

Voici trois critères pouvant aider à répartir les tâches :

- ✎ les habiletés des membres de l'équipe;
- ✎ leur disponibilité;
- ✎ les échéanciers à respecter.











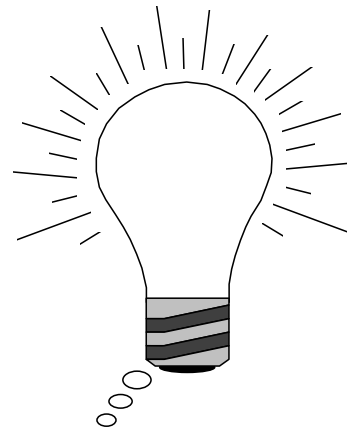
Lorsque les tâches auront été réparties, il serait important que chaque membre de l'équipe s'engage à collaborer activement au projet en signant la formule d'engagement (voir p.25).

Les principaux alliés

Qui peut t'aider?

Il y a plusieurs personnes qui acceptent très souvent d'apporter leur contribution :

-  un membre du personnel enseignant;
-  un membre du personnel technique;
-  les services d'aide aux élèves;
-  les responsables des clubs sportifs;
-  des camarades;
-  un membre de ta propre famille;
-  un voisin;
-  des commerçants ou commerçantes.



À toi de trouver!

Il ne faut pas avoir peur de frapper aux portes.

Il suffit d'être poli et de savoir ce que tu veux. Tu ne risques pas grand-chose à essayer.

En cas de refus, demande à cette personne si elle peut te donner une référence ou si elle connaît quelqu'un qui peut t'aider.

RADIO SCOLAIRE

Pour promouvoir et refléter la vie de ton école, tu peux utiliser la radio scolaire pour introduire différents messages.

Les types de messages

Le message d'information

Quoi ? C'est le fait, l'événement lui-même.	= La fête de fin d'étape
Qui ? Les gens qui font cet événement.	= Le groupe de musique Polyjazz
Où s'est-il réalisé ?	= À l'agora
Quand s'est-il réalisé ?	= Le vendredi soir 30 mai
Qui l'a organisé ?	= Le comité du bal
Pourquoi avoir organisé cet événement ?	= Pour amasser des fonds pour le bal de fin d'année

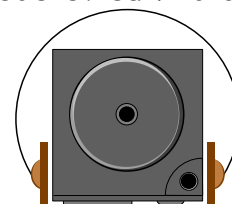
Le message d'animation

Ce type de message fait partie d'une continuité. Il est précédé et suivi d'autres éléments et sert souvent à faire le lien entre eux.

Exemples :

« Céline Dion... nous écoutions *Ma chambre* ».

« Midi vingt-six... toujours moins dix-huit degrés ».






Le slogan

C'est une phrase-choc qui illustre le produit, le service ou l'événement.
Elle contient de 4 à 8 mots; 60% des slogans ont de 4 à 6 mots.




Exemples : Venez en grand nombre!
C'est pour une bonne cause!
On vous attend!
C'est à voir!

La structure du message

Le message radiophonique comprend trois parties :

-  Le **préambule** (amorce ou en-tête), qui contient l'information principale;
-  Le **développement**, qui explique, complète et valide l'information principale;
-  La **chute**, qui livre des renseignements complémentaires utiles mais généralement non nécessaires à la compréhension du message.

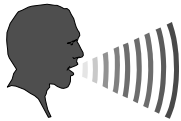
Exemple :

-  Préambule :
Collecte d'aliments non périssables demain midi à l'agora.
-  Développement :
Nous vous attendons et comptons sur votre générosité. Comme vous le savez, chaque année durant la période des Fêtes, plusieurs familles nécessiteuses de la région bénéficient de vos dons.
-  Chute :
N'oubliez pas que l'entraide, c'est important! Vous pourrez donc déposer les aliments dans une boîte à cet effet à l'agora demain midi.

Un peu d'éthique : sur les ondes, on ne dit pas n'importe quoi!

La radio étant un moyen de communication verbale, il est très important de s'exprimer clairement et d'utiliser un langage soigné.

Le plaisir de communiquer est la **condition essentielle** pour bien livrer ton message.



N'oublie pas, tu es le porte-parole de ton école!

Le choix des mots et des expressions

Afin de bien transmettre l'information, tu dois :

- ✎ créer l'image; la métaphore aide à faire passer le message.
= Il est fort comme un lion.
- ✎ simplifier tes phrases. Elles doivent être assez courtes pour être dites en un souffle (maximum de 14 mots).
= Il y aura une pièce de théâtre à l'heure du dîner. Bienvenue à tous!
- ✎ parler énergiquement, mais sans crier.
- ✎ sourire quand tu parles. Tes auditeurs le ressentent.
- ✎ présenter ton texte en utilisant tous les temps d'arrêt pour respirer convenablement. Un message de 60 à 70 mots devrait se lire en 30 secondes. Alors, un message de 120 à 140 mots devrait, quant à lui, se lire en **60 secondes**.
= Tu peux lire mon message et te chronométrer!
- ✎ prendre l'habitude d'utiliser « nous » plutôt que le « on » impersonnel.

Afin de présenter un message clair et précis, tu dois éviter :



- ✎ le jargon
 - ⇒ « espad » pour espadrille.
 - ⇒ « éduc » pour éducation physique.
- ✎ les mots trop longs; entre deux synonymes, tu choisis le plus court.
 - ⇒ « Lumière » plutôt que « luminosité ».
- ✎ les tournures de phrases négatives
 - ⇒ « c'est une date à retenir » plutôt que « n'oubliez pas la date ».
- ✎ d'adopter une attitude d'autorité pouvant froisser les gens. Ils ne sont pas intéressés à se faire donner des leçons.
 - ⇒ « Pendant le mois de la nutrition, profitons de ce temps pour adopter de bonnes habitudes alimentaires, notre concentration sera améliorée » plutôt que « Bien manger, c'est important pour la concentration ».
- ✎ usage abusif du « moi ».
 - ⇒ « Hier, j'assistais... » plutôt que « Moi, je suis allé hier... »

Formes fautives	Formes correctes
✎ Les nouvelles sportives.	✎ Les nouvelles du sport.
✎ C'est tout pour mon émission.	✎ Rendez-vous demain.
✎ Dans 30 secondes il sera 10 h 12.	✎ Attends plutôt l'heure juste (Il est 10 h 12).
✎ Voici une chanson de... ✎ On va maintenant y aller avec...	✎ Enchaîne ton émission en faisant jouer la chanson tout simplement (précise l'interprète et le titre de la chanson à ton retour en ondes).
✎ On s'excuse...	Ne t'excuse pas. Corrige plutôt l'erreur en donnant la bonne information.
✎ J'estime que...	✎ Évite de donner ton opinion personnelle sur les ondes.

La formulation d'un message marketing

Ce type de message se construit en quatre parties :

- ✎ l'information à véhiculer;
- ✎ l'argument pour « vendre » l'information;
- ✎ une charnière entre ces deux parties;
- ✎ une relance impérative à la fin du message.

<p>✓ L'information à véhiculer</p>	<p>Pour vaincre la méfiance naturelle de ton public cible, les renseignements que tu cherches à véhiculer sont :</p> <ul style="list-style-type: none">✎ exacts,✎ précis,✎ vérifiables. <p>Par exemple :</p> <p>Le groupe de musique de 2^e secondaire « Les bleus » donnera un concert à la salle polyvalente le mercredi 12 mai, à midi, sur le thème « Chantons le Québec d'hier et d'aujourd'hui ».</p> <p>Le prix du billet d'entrée pour le concert est de 2 \$.</p> <p>L'argent recueilli sera versé à l'association étudiante pour financer notre voyage de fin d'année à Toronto.</p>
<p>✓ L'argument pour vendre l'information</p>	<p>Dans l'exemple, l'information qui doit être « vendue », c'est qu'il faut payer pour aller voir le spectacle. C'est donc celle que tu appuieras d'un argument ou de plusieurs arguments de vente.</p> <p>L'argument de vente doit comporter les avantages que représente l'information ciblée pour l'auditoire.</p>

	<p>✍ Vous découvrirez peut-être découvrir de nouveaux styles de musique.</p> <p>✍ Nous nous retrouverons entre jeunes qui aiment la musique québécoise.</p> <p>✍ Vous contribuerez à amasser des fonds pour le voyage à Toronto.</p>
✓ Une charnière entre l'information et l'argument de vente	<p>Emploie une formule de transfert comme :</p> <p>✍ cela signifie pour vous</p> <p>✍ cela veut dire pour vous</p> <p>✍ l'avantage de cela pour vous c'est que</p> <p>✍ autrement dit</p>
✓ Une relance impérative	<p>Impératif, le mot le dit ! L'objectif est d'agir directement sur le comportement du public cible en lui donnant une commande plus ou moins sentie.</p> <p>✍ Allons applaudir en grand nombre ...</p> <p>Profites-en pour reprendre très brièvement l'essentiel du message.</p> <p>✍ ...« les Bleus », mercredi prochain, 12 mai, à midi, à la salle polyvalente.</p> <p>Tu peux ajouter un slogan pour aider le public cible à associer le « produit » que tu veux « vendre » à une information stimulante.</p> <p>✍ Toronto c'est pour bientôt !</p>

L'entrevue

Il est important que tu reçoives tes invités avec courtoisie, en t'intéressant sincèrement à ce qu'ils viennent te dire. Pose des questions brèves et pertinentes et laisse-leur le temps d'y répondre. Ne les interromps jamais.

Le questionnaire doit contenir l'ensemble des questions que tu envisages poser à l'invité. Ces questions doivent être présentées dans l'ordre.

Il s'agit d'écrire de grandes lignes que tu tenteras de respecter. C'est un outil de dépannage en cas de besoin. Amène le public à découvrir, par tes questions, ce que tu as déjà découvert ou tout au moins ce que tu soupçonnes fortement.

Avant de poser la première question sur les ondes, une relation interpersonnelle doit être établie entre l'invité et l'intervieweur. Le climat de l'entrevue en dépend !

En entrevue, évite autant que possible les supports affectifs.

Supports verbaux, comme hum ! hum !, o.k. !, ah !, hein !;

Supports non verbaux, comme des signes de tête affirmatifs.

Les supports verbaux ou non verbaux rendent l'attitude de l'intervieweur moins neutre envers le sujet ou l'invité parce qu'ils donnent en même temps ton point de vue.


Savoir gérer son souffle


Exercices d'expiration

Ce sont les consonnes explosives labiales dentales (b, p, d, t) qui demandent le plus de souffle. On peut donc, grâce à elles, s'exercer à améliorer l'émission du souffle. Chaque phrase doit être dite en une seule expiration.

 Dis donc, ton thé t'a-t-il ôté ta toux, Didon de Dordogne?

 Papa boit dans les pins; papa peint dans les bois; dans les bois, papa peint et boit.

 Un pêcheur prépare pitance, plaid, pliant, pipe, parapluie, prend panier point percé pour ne pas perdre petits poissons, place dans poche petit pot parfaite piquette, puis part pédestrement pêcher pendant période permise par police.

 Ton gai petit poupon, papa tant adoré, ne t'a-t-il pas becqueté tous tes bons gâteaux?

- ✎ Tu te tues et tu as tort quand tu peins ton décor pastel ou d'un tout autre ton pâle, car quel public boude des portants colorés ou éclatants?

Exercices d'élocution

- ✎ Plus occupé que moins occupé, ou moins occupé que plus occupé, encore que assez occupé, lequel est préférable? Poignant problème pour un pompier.
- ✎ Seize jacinthes sèchent dans seize sachets sales.
- ✎ Je veux et j'exige, j'exige et je veux.
- ✎ Le fisc fixe exprès des taxes excessives.
- ✎ Pour qu'un sage chasseur chasse bien, il faut que son chien de chasse soit sage et sache chasser.

Exercices d'articulation

- ✎ Les chaussettes de l'archiduchesse sont sèches et archisèches.
- ✎ Si six scies scient six citrouilles, six cent six scies scieront six cent six citrouilles.
- ✎ S'étant séché sagement, ce sensé chasseur se chausse sagement.
- ✎ Quatre très gros crapauds crient dans quatre très gros trous creux.
- ✎ Le dindon défiant se dandine avec dédain tandis que les dindonneaux indociles déguerpissent dans les dahlias.

MISE EN ONDES

La programmation

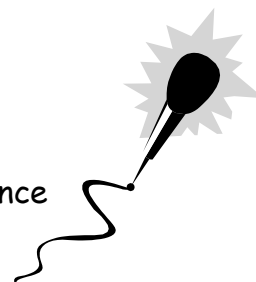
Plusieurs favorisent l'improvisation pure, mais l'art de communiquer ne s'improvise pas.

La radio est aussi l'art de l'imagination, car comme dirait Albert Einstein : « L'imagination est plus importante que le savoir! » À la radio, la créativité est essentielle pour organiser des concours ou pour penser à de nouvelles idées. Avec l'imagination, on peut animer tout genre de public. Il faut se rappeler que l'animateur ou l'animatrice fait le même travail pour ses auditeurs, qu'ils soient 2 millions ou 25. Planifie ta programmation à l'avance ! Un calendrier des événements spéciaux à annoncer est un bon aide-mémoire . Par le fait même, la personne qui te succède pourra s'y référer elle aussi.

Les demandes spéciales peuvent être recueillies dans une boîte à l'entrée du studio.

Le microphone

Le microphone devrait être placé à 45° de la bouche et à une distance moyenne variant entre 15 et 30 centimètres.



Le temps d'antenne

À la radio, chaque seconde compte !

C'est pourquoi, tu as absolument besoin d'un chronomètre pour préparer et réaliser ton émission.

N'oublie pas que, lorsque tu fais de la radio scolaire, tu t'adresses à un auditoire scolaire. Il est donc très important de diffuser un contenu radiophonique qui va susciter son intérêt, respecter ses goûts et maintenir son attention pendant toute la durée de l'émission.

La radio scolaire, une radio différente!

Quand tu fais de la radio scolaire :

- ✎ Tu dois te rappeler que tu t'adresses à un public avec qui a des intérêts et des goûts bien à lui.
- ✎ Tu dois donc prendre les moyens pour que ton temps d'antenne fasse une différence dans la vie de ton école. Une vraie et agréable différence!

La puissance de la radio demande d'assumer des responsabilités très sérieuses. Alors, sur les ondes, fais attention à ce que tu dis.

- ✎ Ne vise pas les gens personnellement.
- ✎ Assure-toi que l'information que tu transmets est exacte.
- ✎ Emploie un langage digne.

En faisant partie d'une équipe radiophonique, tu contribues par ton talent à enrichir un travail collectif.

- ✎ Formule clairement tes habiletés.
- ✎ Relève les défis en ayant confiance en tes capacités et tes aptitudes.

En t'engageant dans une équipe de radio scolaire, tu dois être prêt à cumuler plusieurs fonctions.

- ✎ Dans une équipe de radio fonctionnelle, **la seule vedette, c'est l'émission**. C'est vers le succès de cette émission que tendent toutes les énergies.
- ✎ Pour une équipe de radio gagnante, les seules personnes qui comptent, ce sont **les auditeurs**.



Pour produire une émission radiophonique scolaire, chaque membre de l'équipe radiophonique doit accomplir les tâches qui lui sont assignées.

- ✎ Tu te declares prêt ou prête à accomplir toutes les tâches qui te seront confiées.
- ✎ Tu t'engages à mettre tes habiletés personnelles au service d'un projet commun qui poursuit des objectifs bien précis.

Conseils utiles

Voici quelques consignes qui t'aideront à réaliser ton émission avec succès :

- ✎ Contrôle bien ta respiration et ton élocution, car cela rend l'écoute de l'émission plus agréable.
- ✎ Entre en ondes avec ta feuille de route dûment remplie et un chronomètre.
- ✎ Note tout sur ta feuille de route : la durée des pièces musicales, des enchaînements, des annonces publicitaires, du texte de l'animateur, etc.
- ✎ Suis le mieux possible le déroulement planifié de façon à respecter le temps d'antenne alloué à l'émission.

✎ N'oublie pas ton chronomètre. Il sert à mesurer, au moment de la planification du contenu radiophonique et lorsque tu es en studio, la durée prévue et réelle des segments diffusés.



✎ Collabore avec tes coéquipiers et coéquipières en studio. Ne compétitionne pas avec eux pour l'accès au microphone.

BOÎTE À OUTILS





HABILETÉS

Nom de l'élève : _____

J'ai des habiletés à ...	Énormément	Beaucoup	Un peu	Ne sais pas
résoudre des problèmes				
établir des contacts amicaux avec des personnes inconnues				
m'occuper des petits détails				
bien tolérer les gestes répétés				
lire à voix haute				
faire des résumés				
faire en même temps plusieurs tâches différentes				
démêler et classer le matériel				
expliquer les événements				
faire du traitement de texte				
prendre des notes de façon efficace				
calculer				
inspirer confiance aux autres				
divertir les gens				
capter l'attention des gens				
persuader les gens				
avoir des idées nouvelles				
résoudre des problèmes				
écouter les personnes				
attribuer des tâches dans une équipe				
organiser				
parler dans un microphone				
animer des groupes				

J'ai des habiletés à ...	Énormément	Beaucoup	Un peu	Ne sais pas
observer autour de moi et à noter des caractéristiques importantes				
faire des liens entre des idées				
manipuler l'équipement audio				
comprendre et utiliser des logiciels				
être sociable				
vendre				
dessiner				
poser des questions et obtenir des réponses intéressantes				
écrire sans faire de fautes				
trouver des renseignements secrets				
prendre des décisions				
respecter des échéances				

Quelles sont mes disponibilités?

matin

pause

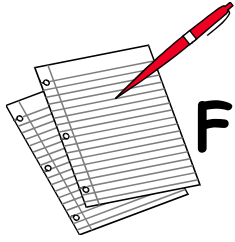
dîner

organisation spéciale

Suis-je intéressé(e) à parler devant les gens?

oui

non



FORMULE D'ENGAGEMENT

J'accepte de collaborer, avec mes camarades, à la production radiophonique suivante :

Dans la réalisation de ce projet, je m'engage à accomplir les tâches, à assumer les responsabilités et à respecter les échéances requises pour assurer le succès de notre projet. Je m'engage également à utiliser avec soin l'équipement mis à ma disposition.

(Nom en lettres moulées)

(Signature)

(Nom en lettres moulées)

(Signature)

(Nom en lettres moulées)

(Signature)

(Nom en lettres moulées)

(Signature)

(Nom en lettres moulées)

(Signature)

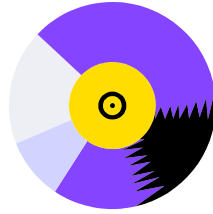
(Nom en lettres moulées)

(Signature)

Ce _____^e jour de _____ 20 ____

(Nom en lettres moulées + signature du témoin : animateur ou animatrice)

Feuille de programmation musicale



Artistes	Titres	A F	Année	Temps
Indicatif				
Indicatif				
Interventions				
Indicatif				
Indicatif				

BIBLIOGRAPHIE

Guide de formation, RADIO, Service de formation et de consultation en communication, Cégep de Jonquière et ACTI-JEUNES/MONTRÉAL, 1994.

Étapes de réalisation d'un projet de médias scolaires, JOURNAL et RADIO, Service de formation et de consultation en communication, Cégep de Jonquière et ACTI-JEUNES/MONTRÉAL, 1994.

Les médias scolaires au secondaire, Document de travail, Service de formation et de consultation en communication, Cégep de Jonquière et ACTI-JEUNES/MONTRÉAL, 1992.

Programme de communication et de leadership, Toastmaster international inc., 1991.