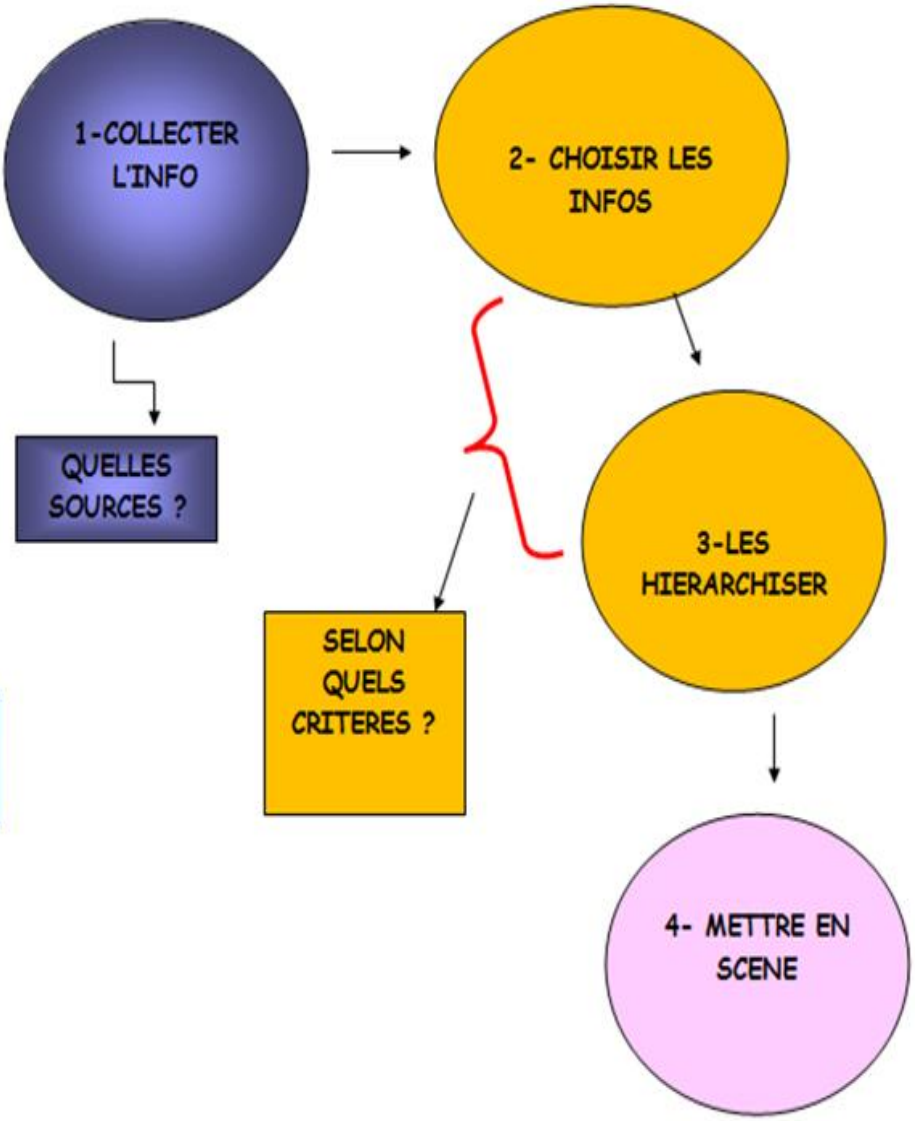
POUR INFORMER : IL FAUT



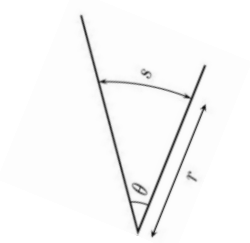
CLEMI 2015-N Barbery

REGLES D'ECRITURE JOURNALISTIQUE D'UN ARTICLE (presse écrite /radio-TV)

L'écriture d'un article de presse nécessite de respecter des règles journalistiques. Ces règles permettent de donner une information claire, précise, pertinente, avec efficacité.

I- LE CHOIX D'UN ANGLE : tout article nécessite le choix d'un angle (si deux angles alors deux articles/papiers !)

- **L'ANGLE** : correspond à un choix fait par le journaliste dans l'information, car il ne peut pas tout dire dans un article et choisit **qu'un** aspect du sujet à traiter (source)



Un angle c'est différend du sujet ou du thème
Exemple

- **« 8 mars** : **journée de la femme** » c'est un "**thème"** (c'est même un marronnier !)
- « les **femmes en politique** » c'est un choix de **sujet**,
- **Les difficultés des femmes en politique** c'est un **angle** qu'il est possible encore de fermer en travaillant sur les difficultés liées au machisme des hommes… !

Types d'angles : le déroulé des faits, les causes, les conséquences, le point de vue d'un des acteurs, les solutions, le bilan… Les articles liés à des interviews supposent **qu'avant l'interview on ait choisi son angle**.

II - REGLE DU MESSAGE ESSENTIEL DITE « REGLE DES 6 W »
(Qui, quoi, où, quand, / pourquoi et comment : 6 W en anglais) who, what, when, where/ why, how

Cette règle de base du journalisme permet de donner rapidement et avec clarté l'essentiel d'une information. Elle s'applique à l'écriture des titres et des chapô.

- LES TITRES. On distingue deux types de titres :

- TITRE INFORMATIF : qui donne l'essentiel de l'information : 2 des 5 W : qui, quoi
Ce sont les titres des UNES et de la plupart des articles. (sauf brève..)
Ex : ***Dijon : la troisième université numérique d'automne se tiendra le 21 septembre- Bien Public 13 sept 2016***

- TITRE INCITATIF : Repose sur des jeux de mots, des calembours contrepèteries, le détournement de citations ou de titres de films, de livres, allitérations, rimes, assonances… pour attirer le lecteur, le séduire par l'humour, l'émotion, l'intrigue/le paradoxe ou le ton. (l'information essentielle se trouvant alors dans le chapô, sous-titre..)
***Libération* 09.06.2015 "Réforme fiscale. Deux pas en avant, impôt en arrière"**
Attention, si les titres incitatifs sont souvent efficaces, leur non compréhension (jeu de mots hasardeux, référence culturelle non partagée…) peut avoir l'effet inverse et dérouter le lecteur (Après la clope, une « vie de cendre »)

- le chapeau, ou "**chapô**" dans le jargon journalistique est le court texte précédant un article, généralement présenté en plus gros, et en caractères gras, donnant l'information essentielle il répond aux 5 ou 6 W (dans la mesure où ils sont connus) et accroche le lecteur. En théorie, il devrait suffire de lire chapô et inters-titres pour connaître les informations essentielles d'un article.

- Eléments complémentaires :

- **L'Accroche :** Une ou deux phrases en tête d'article, destinée(s) à retenir, "accrocher" l'attention du lecteur.
- **La chute** : située à la fin de l'article ". Elle peut reposer sur des effets différents : une ouverture sur un autre sujet ou élargissement du sujet, elle peut-être fermée, péremptoire, dramatisante, rassurante, moralisatrice, humoristique… (Ex : dramatisante « si ce restaurant ferme c'est 3 emplois qui disparaîtront avec lui… »)

La ligne éditoriale

La ligne éditoriale est l'ensemble des grands choix de traitement de l'actualité : C'est l'ensemble des valeurs et critères qui guident une rédaction dans les arbitrages qu'elle fait face à "l'actualité" :

- Choix dans la hiérarchisation, dans les angles, dans les points de vue, dans le ton ; Elle définit le point d'équilibre entre le traitement des faits, leur analyse, voire leur commentaire, bref entre information et opinion
- Elle hiérarchise la place des sujets dans les journaux d'information : exemple, faut-il ouvrir les journaux sur le fait du jour le plus important aux yeux de la rédaction (quel que soit le domaine : politique, fait divers, événement culturel ou sportif, économie, science, etc.) ou bien privilégier les questions institutionnelles, les activités du Premier ministre et du gouvernement ?

Elle varie selon les publics et selon les médias (elle ne fait que rarement l'objet d'un document écrit) elle est le plus souvent fixé par directeur de l'information ou du rédacteur en chef et doit être consensuelle

(avec l'aide du journal Ouest-France)

La ligne éditoriale

La ligne éditoriale est l'ensemble des grands choix de traitement de l'actualité : C'est l'ensemble des valeurs et critères qui guident une rédaction dans les arbitrages qu'elle fait face à "l'actualité" :

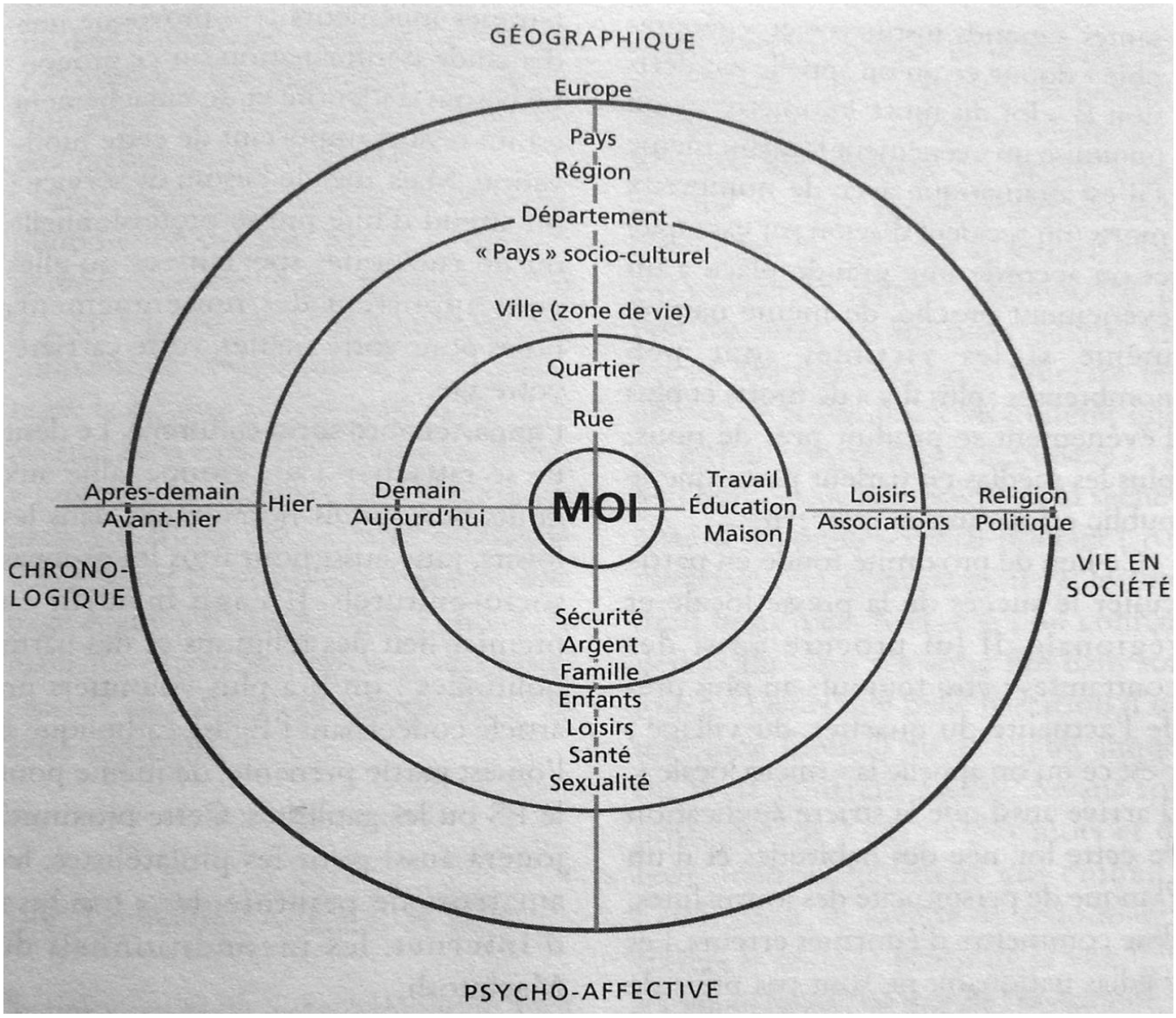
- Choix dans la hiérarchisation, dans les angles, dans les points de vue, dans le ton ; Elle définit le point d'équilibre entre le traitement des faits, leur analyse, voire leur commentaire, bref entre information et opinion
- Elle hiérarchise la place des sujets dans les journaux d'information : exemple, faut-il ouvrir les journaux sur le fait du jour le plus important aux yeux de la rédaction (quel que soit le domaine : politique, fait divers, événement culturel ou sportif, économie, science, etc.) ou bien privilégier les questions institutionnelles, les activités du Premier ministre et du gouvernement ?

Elle varie selon les publics et selon les médias (elle ne fait que rarement l'objet d'un document écrit) elle est le plus souvent fixé par directeur de l'information ou du rédacteur en chef et doit être consensuelle

(avec l'aide du journal Ouest-France)

Le choix et hiérarchie de l'info :
Ligne éditoriale et lois de proximité

La loi de proximité détermine en partie les choix d'information faits par les journaux, elle repose sur le postulat que le lecteur se sentira d'autant plus concerné par l'information qu'elle est proche dans le temps (l'actualité du moment), dans l'espace (on sera plus sensible à des événements situés près de chez soi), de ses idées, de sa situation socioprofessionnelle, de son quotidien, ou qu'elle touche sa vie affective ou émotive. Rares sont les médias qui échappent à cette loi. (Surtout les médias locaux)
Quelle proximité ? = cette loi est éminemment culturelle et dépend du profil sociologique des lecteurs, du pays… Elle évolue avec le temps.



Pour rendre compte d'une information les journalistes disposent d'une grande variété de genres journalistiques on distingue couramment le **pôle informatif** et le **pôle commentaire**

Pôle informatif

Dépêche : texte de presse issu des agences de presse le plus « objectif » qui livre l'info à l'état brut
Brève : information brute et courte (5 à 6 lignes/colonne) qui résume un fait en répondant aux questions : qui, quoi, quand, où et éventuellement : comment, pourquoi. La brève ne comporte pas de titre. Une brève est rarement seule, elle est présentée dans une colonne de brèves
Filet : comme la brève, le filet est une information courte, sans commentaire mais dont l'importance relative justifie un titre et un développement un peu plus important. Le filet insiste plus sur le "comment" et le "pourquoi". Il ne dépasse guère 20 à 25 lignes/colonne.
Compte-rendu : relation d'un fait (conseil municipal, assemblée, réunion...) par le journaliste qui est allé sur place et raconte, sans commentaire, ce dont il a été le témoin.
Interview : démarche d'investigations qui a pour but d'obtenir des informations originales, inédites, de la part d'une personne qui consent à ce que ses propos soient rapportés au grand public. Comme l'enquête, l'interview prend sa source dans les questions qu'un journaliste ou le public se pose sur un problème. Mais ici ces questions mènent à une personne qui détient des réponses ou dont l'opinion intéresse le public. Bien conduite, une interview doit amener l'interviewé à en dire plus qu'il n'a jamais dit ou qu'il ne souhaitait en dire.
Reportage : article dont le but est de faire voir, entendre, sentir et ressentir par le lecteur ce que le journaliste a vu, entendu, senti et ressenti lui-même dans un lieu donné. Le reporter est le témoin privilégié qui prête ses sens au lecteur et lui fait vivre au présent ce que lui-même a vécu. Son mode d'écriture sera donc très descriptif, utilisant un vocabulaire coloré, qui donne à voir au lecteur Le reportage comporte une part de subjectivité, un droit à la critique mais exige la rigueur dans l'information. Constitue le genre journalistique par excellence (de l'anglais *report*, relater, francisé aujourd'hui en reporteur) Il peut être reporter photographe, grand reporter, radio reporter
Montage : article d'information brute, réalisé par l'assemblage cohérent de passages, repris sans modification notable de style dans des textes émanant de plusieurs sources (dépêches d'agence, dossier, rapport, communiqué).
Enquête : article ou suite d'articles partant d'une question préalable et apportant une réponse ou des informations inédites, à partir de témoignages et documents recueillis à la source. Si le reportage montre, l'enquête démontre. La démarche de l'enquête ressemble à celle de la recherche scientifique.
Portrait : article qui décrit, dessine la personnalité de quelqu'un à travers ses caractéristiques (biographie, déclarations, manière d'être, apparence physique...).

Pôle commentaire

Editorial/ édito : article de commentaire rédigé par le rédacteur en chef ou le directeur de la rédaction, qui prend position sur un fait d'actualité et reflète la tendance ou les engagements du journal. (ligne éditoriale)
Chronique : article publié à intervalles réguliers sur un thème (chronique littéraire, scientifique, médicale...) ou bien commentaire libre d'un collaborateur, généralement connu.
Billet : bref article de commentaire, généralement sur un fait d'actualité et caractérisé par une chute inattendue (humoristique, impertinente, paradoxale...)
Critique : article traitant d'un spectacle, d'une exposition, d'un livre et dans lequel l'auteur exerce son droit de critique.
Echo : petite information de caractère anecdotique, amusant, pittoresque, insolite, et rédigée de façon piquante**. Mouture :** réécriture, dans le style "maison", d'informations émanant de mêmes sources que le montage**.**
Marronnier : En argot journalistique, sujet qui revient de façon cyclique au fil des saisons, comme les feuilles des arbres. Exemples : les régimes amaigrissants justes avant l'été, la rentrée des classes, les fêtes de fin d'année, etc.

Les sources de l'info

Information/ Evénement
Prévisible : le journaliste peut couvrir pendant l'événement
Imprévisible : le journaliste mène une enquête après coup

Agences de presse et de photo
AFP, Reuter, AP, Sygma, Gama…
Correspondants réguliers et envoyés spéciaux des agences de presse et photos
(Tout média est abonné, source principale)

Services de presse et de communication
attachés de presse
Des organismes officiels :
Etat, parti, entreprises syndicats…
(jouent un rôle de plus en plus important)

Correspondants réguliers du média (locaux, spécialisés)

- Journalistes en déplacement :
- Envoyés spéciaux
- Archives des médias

Autres médias, les Réseaux sociaux (Twitter…)
(Source importante aujourd'hui)

Interview (télé phoniques…) de témoins, experts, personnalités…

Informateurs occasionnels, spontanés…

L'interview tout un art !

Rédactions des médias

L'interview - quelques règles à respecter

1- Trouver un angle (vrai pour toute info)

A- Une interview se prépare à l'avance il faut trouver un angle. Il existe différents types d'angles qui impliquent de traiter un et un seul aspect d'un sujet. (Deux angles = deux papiers !)

Un angle c'est différend du sujet - exemple : la journée de la femme c'est un thème, les femmes engagées en politique c'est un sujet, qui peut être abordé avec de multiples angles : les difficultés des femmes en politique, leurs motivations, tranche de vie d'une femme politique…
(Types d'angles : le déroulé des faits, les causes, les conséquences, le point de vue d'un des acteurs, les solutions, le bilan…)

2 - Ne pas s'éloigner de son angle : certaines personnes interviewées s'éloignent des questions posées par le journaliste pour faire passer son propre message, il faut savoir interrompre la personne pour l'inciter à répondre aux questions posées.

3 – Savoir rebondir =

- **savoir** bien écouter les propos de la personne et savoir poser des questions sur ce qu'elle vient de dire, si cela peut apporter une information complémentaire.
- **savoir** faire face aux personnes qui ne savent pas s'arrêter de parler = savoir les interrompre
- **savoir** poser des questions assez ouvertes pour éviter les réponses trop courtes «oui», «non», «peut-être», «surement»..

4- Ne pas starifier l'interviewé sauf si c'est un portrait, l'interviewé est une source d'informations sur un sujet (le sujet ce n'est pas lui) mais citez-le car l'info devient plus crédible.
Ne le présentez pas avant de donner l'information importante, qui peut-être donnée par une citation de la personne interviewée.

5- Ne pas se mettre en scène : vous écrivez un article sur des faits, sur des sujets de société, sur des personnes et non pas sur ce que **vous** avez vécu, évitez donc « je lui ai demandé », « nous avons vu.. », la plupart du temps il n'est pas nécessaire d'écrire la question posée.

6- Donner à son papier une « couleur »

Il faut parfois décrire ce que vous voyez pour donner une « **ambiance** » ce qui rend l'information plus humaine, plus vivante, la difficulté est de faire perpétuellement un aller-retour entre la description et l'information (ex pour une visite d'entreprise : odeurs, bruit….)

7- Le style : certaines expressions sont très utilisées ne veulent souvent rien dire :
« par rapport à », « au niveau de » Ex : les autorités se battent par rapport à ce fléau : les autorités combattent ce fléau au niveau des résultats c'est en baisse : les résultats sont en baisse…
le B, A ba : éviter les verbes « être » et « avoir » à toutes les phrases, les « il y a », les « on »… trouvez des verbes, des sujets, formules plus « riches », plus explicites

La mise en scène / La forme

1- Pour journal papier = La mise en page (maquettage) est au service du sens, de la lisibilité

Un journal doit respecter des règles de mise en page (colonnes, pas d'espace blanc…) qui facilite la lecture et la fidélisation du lecteur : place de l'article principal, des photos, place des brèves (rivières de brèves) Chaque jour les quotidiens élaborent un « **chemin de fer** » pour structurer, hiérarchiser, placer les différentes info dans le journal

2- Pour le JT le rédac chef élabore un « **conducteur »**. qui nécessite des choix éditoriaux et chaque reportage est **monté** avec des coupures, réécriture ; il est donc **scénarisé** (schéma narratif)

****

EXERCICE S

Economie

Brève

PAPIER.

Les ouvriers de la Cellulose du Pin ont organisé une journée de sensibilisation à Tartas (Landes) pour exprimer leur position au projet de fermeture de l'entreprise. Une filiale de Saint Gobain, qui emploie un douzième de la population totale de la commune. Les salariés ont ainsi dévié entre 9 et 13heures la circulation de RN 124

23 février 1994

1- Retrouvez dans cette brève les 6 W en les surlignant
2- Vous êtes journaliste vous devez couvrir cet événement : qui allez-vous interviewer et quelles questions allez-vous poser ?

……..

Economie

Brève

PAPIER.

Les ouvriers de la Cellulose du Pin ont organisé une journée de sensibilisation à Tartas (Landes) pour exprimer leur position au projet de fermeture de l'entreprise. Une filiale de Saint Gobain, qui emploie un douzième de la population totale de la commune. Les salariés ont ainsi dévié entre 9 et 13heures la circulation de RN 124

23 février 1994

1- Retrouvez dans cette brève les 6 W en les surlignant
2- Vous êtes journaliste vous devez couvrir cet événement : qui allez-vous interviewer et quelles questions allez-vous poser ?

Exercices suite

LES ECHOS **ENRIQUE** Le 11/09 à 12:05 **MOREIRA**

Sur les réseaux sociaux, "les invisibles" désignent ces enfants ayant menti sur leur âge pour se créer un profil. Ils s'exposent à de nombreux dangers dont le cyber-harcèlement. Quoi de plus banal, en 2016, que d'avoir un compte sur Facebook, YouTube ou encore Instagram ?

Rien a priori. Cela devient un peu plus problématique lorsque l'utilisateur a moins de 13ans.
En réalité, c'est l'âge minimum requis pour pouvoir s'inscrire sur n'importe lequel de ces réseaux sociaux, dans la plupart des pays où ils existent. Or certaines études estiment qu'en 2011, 7,5 millions d'utilisateurs Facebook étaient des enfants de moins de 13 ans. Un chiffre qui ne peut cependant pas être vérifié.
Sur les réseaux sociaux, on appelle ces enfants "les invisibles", car pour y avoir accès ils mentent sur leur âge. La psychologue américaine, Mary Aiken, s'inquiète dans un article posté sur The Atlantic, repéré par Slate, que souvent "ces enfants s'inscrivent avec l'accord de leurs parents". S'appuyant sur une étude réalisée par le groupe de recherche EU Kids Online, entre 2011 et 2014, elle rappelle que ces enfants sont parfois même très jeunes. Ainsi un tiers des utilisateurs de Facebook, dans l'étude, avaient entre 8 et 10 ans

source : http://www.lesechos.fr/tech-medias/hightech/0211274775967-harcelement-sur-les-reseaux-sociaux-un-algorithme-pour-proteger-les-enfants-2026374.php

références/article

(http://lesechospedia.lesechos.fr/facebook.htm#xtor=SEC-3167)
(http://www.lesechos.fr/19/03/2016/lesechos.fr/021775467108_facebook--twitter--instagram----ces-reseaux-sociaux-qui-se-ressemblent-de-plus-en-plus.htm)
(http://www.theatlantic.com/technology/archive/2016/08/the-social-mediainvisibles/497729/)
(http://www.slate.fr/story/122885/invisibles-enfants-presents-secret-facebook)
(http://www.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/Home.aspx)

- Trouvez les 6 W dans cet article /message essentiel
- Y a t-il un ou des W manquants, si oui justifiez.
- Rédiger une brève sur le sujet avec ces W
- Essayez de trouver un titre informatif et un titre incitatif
- Interview= Imaginez les personnes à interroger sur le sujet et les questions à leur poser
- que pensez-vous du titre de l'article ?

……

TITRE : **Harcèlement sur les réseaux sociaux : un algorithme pour protéger les enfants**

Europe 1, le 02 septembre 2016

En France, un tiers de la population souffre de surpoids ou d'obésité. Alors, s'interroge le Trésor, pourquoi ne pas tout simplement... taxer la malbouffe ?

Et si les aliments les plus caloriques étaient davantage taxés ? Alors que les parlementaires s'apprêtent à voter les futurs textes budgétaires, la Direction générale du Trésor vient de publier un rapport qui propose de réaliser des économies en s'attaquant à la malbouffe. Mais plus question de cibler un produit en particulier comme cela a pu être le cas avec la "taxe Redbull" sur les boissons énergisantes par exemple. Non, cette fois, la taxe pourrait être plus étendue et être calculée à partir du niveau de calorie ou de la qualité nutritionnelle d'un aliment.

Les kilos en trop coûtent cher. Dans une étude publiée jeudi et repérée par Les Echos, le Trésor met en évidence le coût socio-économique non négligeable de l'obésité en France : 20,4 milliards d'euros par an. Le calcul est simple : les 24,6 millions de Français surpoids ou obèses sont davantage susceptibles que les autres de souffrir de diabète, d'hypertension ou de cancers. Ils ont donc plus de probabilité de coûter plus d'argent à l'Etat en soins, arrêts maladie ou en pension d'invalidité. "Les évaluations du coût socio-économique de l'obésité qui avaient été réalisées jusqu'à présent étaient partielles", souligne dans le quotidien économique Michel Houdebine, chef économiste de la Direction générale du Trésor.

Plusieurs pistes étudiées. Le Trésor propose donc d'aller plus loin que les taxes sur les boissons sucrées et sur les boissons énergisantes qui existent déjà. Cette fois, Bercy propose de taxer les produits selon leur niveau de calories ou leur qualité nutritionnelle. Mais pour être efficace, cette taxe sur la malbouffe devrait être conséquente car "entre 1% et 8% de hausse de prix, l'effet dissuasif est insignifiant" soulignent les Echos. Autre piste envisagée : une hausse de la TVA sur les produits "les plus nocifs pour la santé".

Christian Eckert y est défavorable. Le secrétaire d'Etat au Budget Christian Eckert a de son coté écarté vendredi l'idée de remplacer les taxes sur les aliments responsables de l'obésité par une taxe proportionnelle au niveau de calories et a exclu toute augmentation du produit fiscal lié à la "malbouffe". "Non, il n'est pas question de regrouper toutes les taxes en une seule taxe qui tiendrait compte des calories", a déclaré Christian Eckert à l'antenne de RTL, estimant qu'une telle piste, proposée par la direction générale du Trésor, serait bien trop complexe.

- Trouvez les 6 W dans cet article /message essentiel
- Y a t-il un ou des W manquants, si oui justifiez.
- Rédiger une brève sur le sujet avec ces W
- Essayez de trouver un titre informatif et un titre incitatif
- Interview= Imaginez les personnes à interroger sur le sujet et les questions à leur poser

.....

TITRE : **Obésité : Bercy songe à taxer la malbouffe**

Le HuffPost avec AFP

Publication: 05/09/2016 08h49 CEST Mis à jour: 05/09/2016 14h08 CEST A16 JUNGLE CALAIS

IMMIGRATION - La visite de Bernard Cazeneuve le 2 septembre à Calais n'a pas apaisé leur colère. Une double opération escargot rassemblant transporteurs routiers et agriculteurs a débuté lundi 5 septembre dans la matinée à Loon-Plage (Nord), près de Dunkerque, et à Boulogne-sur-Mer, avec pour destination Calais, afin de demander le démantèlement au plus tôt de la "Jungle".

Sous une pluie fine, les deux cortèges, une quarantaine de camions à Loon, une trentaine à Boulogne, ont convergé vers Calais et bloqué l'A16, autoroute particulièrement utilisée par les transporteurs européens pour rejoindre l'Angleterre via le port de Calais, premier de France pour le trafic passager, ou le tunnel sous la Manche.

- Trouvez les 6 W dans cet article
- Essayez de trouver un titre informatif et un titre incitatif
- Interview= Imaginez les questions que vous poseriez à l'un des manifestants

http://www.huffingtonpost.fr/2016/09/05/a16-jungle-calais-transporteurs-routiers-operation-escargot_n_11863470.html

.....

TITRE : Les transporteurs routiers bloquent l'A16 pour réclamer le démantèlement de la "Jungle" de Calais