

# Les techniques de rédaction

Toute communication se fait en connaissance du public visé, de la cible à atteindre.

Rédiger un article ne s'improvise pas et tout professionnel doit se poser en tout premier lieu la question : « quelle est la cible ? », puis connaissant son public, « quel est le support ? ». Des réponses obtenues, découlent la ligne éditoriale, le style à adopter, la longueur des articles, la charte graphique et la maquette, la périodicité et le tirage.

## 1 PAR QUOI COMMENCER POUR LA RÉDACTION D'UN ARTICLE ?

S'obliger pour la clarté du message à :

- faire un brouillon où l'on écrit pour soi-même,
- résumer le sujet en 2 phrases,
- définir clairement ce qu'on souhaite transmettre,
- supprimer le superflu,
- hiérarchiser les contenus.

Les 2 derniers points permettent également de faciliter l'appréhension du titre, du chapô et du plan de l'article.

Le guide de la rédaction, propose le moyen mnémotechnique suivant :

- Centré : un seul message par article et une information par phrase,
- Lisible : rendre l'information de manière concise et accessible à tous,
- Actuel : information en rapport avec l'actualité,
- Immédiat : entrer directement dans le vif du sujet,
- Rigoureux : vérifier les informations, exactitude des faits.

S'obliger pour faciliter la compréhension du lecteur à une clarté du langage en faisant :

- attention à l'orthographe,
- attention à la syntaxe,
- des phrases courtes.

Remarque : l'œil du lecteur est d'abord attiré par les textes les plus courts, mis en valeur par la mise en page : les titres, les surtitres et les sous-titres, les légendes des illustrations, les encadrés et les intertitres.

## 2 APPROCHE RÉDACTIONNELLE

### A. Faire une brève

Une brève est un texte court, souvent en un seul paragraphe, qui n'est pas signé car il apporte un fait brut. Une brève répond aux questions qui ? quoi ? où ? quand ? comment ? et éventuellement pourquoi ?. Une brève ne comporte pas de titre, c'est sa première ligne qui fait office de titre synthèse. Elle doit aller à l'essentiel et permettre au lecteur de refermer le journal, en sachant ce qui est utile sur le sujet abordé. Une brève est impersonnelle et neutre, elle ne doit comporter ni analyse ni idée sur la question de la part de l'auteur, mais peut citer une réflexion d'un ou plusieurs responsables. Une brève doit dans la mesure du possible, être accompagnée d'une photo, car l'œil est surtout attiré par l'ensemble :

Photo (accroche) + Texte (info).

## **B. Faire un portrait**

Il n'y a pas de règle établie, mais il faut faire la distinction entre la biographie, qui doit être neutre et ne relater que des faits et le portrait qui peut être critique, ironique ou panégyrique.

Comment procéder ? :

- Choix du portrait et documentation en amont (recherches biographiques et bibliographiques, recherches personnelles pour cerner le personnage) ;
- Prendre contact avec la personne (par téléphone ou par écrit) lui faire une proposition de projet, de discussion et exposition du traitement du sujet ;
- Réflexion des questions à poser et du texte de présentation à définir ;
- Rencontre et début de l'entretien ;
- Corrections finales, retouches, mises au point, etc. et selon la volonté du personnage une relecture.

Le contenu : un bon portrait doit donner l'impression au lecteur de découvrir une personnalité qu'il connaissait peu ou mal. On doit parvenir à révéler ce qui caractérise la personne (son allure, son comportement, sa manière de s'exprimer, son quotidien, ses idées, ses projets, etc.), sans pour autant s'immiscer dans sa vie privée. Il faut essayer de rendre ce portrait le plus vivant possible et insérer au cœur de l'article des citations ou des anecdotes.

## **C. Faire un article**

Un article suit toujours un modèle, en fonction du public visé et du support.

Connaître son lectorat, qui vous lit ? age, profession, centres d'intérêts, etc. Une bonne connaissance du lectorat permettra de choisir le ton, le style et l'angle.

Qu'est-ce que l'angle primordial :

- l'information principale que l'on souhaite communiquer.
- le fil conducteur autour duquel le reste de l'information s'articule.
- la seule façon d'aborder le problème.

**Remarques :**

- Un article est une photo prise à un moment donné, sur un sujet donné. Par conséquent il ne faut pas chercher à être exhaustif, il faut savoir choisir les informations et sacrifier des informations moins importantes.
- Il faut pouvoir hiérarchiser l'information en fonction de l'actualité et du lectorat.
- Un article n'est pas un « fourre-tout » dans lequel on met tout et n'importe quoi.
- Un article n'est pas un exposé ni un rapport.
- Un article n'est pas une composition avec parties, sous-parties, introduction et conclusion.
- Un mauvais article a souvent un angle imprécis.
- Tout doit être dit dans les 10 premières lignes, 80 % de l'information doit être livrée à ce moment-là.
- On dispose de très peu de temps pour convaincre.
- On doit vendre son idée au lecteur. On doit le persuader de l'importance de ce que l'on a à dire.

#### **D. Faire un entretien**

Avant tout il faut bien connaître la personne interviewée et le poste qu'elle occupe.

Les questions doivent être préparées à l'avance et doivent coller à l'actualité. Ces questions préparées à l'avance, permettront au journaliste de garder la maîtrise de son interview. Mais pour autant le journaliste ne doit pas être prisonnier de ses questions et doit rebondir sur les réponses de l'interviewé.

L'entretien doit demeurer courtois et le journaliste doit essayer d'établir un rapport de confiance avec l'interviewé, propice à la spontanéité et à la confiance. Une interview bien menée doit conduire l'interviewé à en dire toujours plus (démarche d'investigation), à donner des informations inédites.

Il apparaît indispensable de préciser dès le départ la nature de la rencontre. Au préalable, il faut convenir d'une durée pour l'interview, qui ne devrait pas être inférieure à 45 minutes.

Après accord explicite, l'entretien doit être enregistré, pour gagner du temps d'une part et remettre de l'ordre dans l'expression des idées d'autres part.

Le journaliste peut reformuler les propos un peu confus de l'interlocuteur, tout en gardant l'esprit de l'interview. Il ne faut en aucun cas faire une paraphrase des propos de l'interviewé pour construire l'article. L'article nécessite une sélection des réponses significatives de l'interviewé, en fonction du message que l'on souhaite faire passer et en fonction du lectorat.

#### **E. Rubriquage**

Les rubriques d'un magazine trahissent sa ligne éditoriale et reflètent les ambitions de la rédaction. Véritables repères, elles permettent au lecteur de se retrouver dans le magazine en lui-même et d'un numéro à l'autre (on retrouve les rubriques à la même place, avec la même

présentation dans chaque numéro). Elles doivent apparaître clairement sur la maquette (en tête ou en bas de page, au même endroit) et respecter un style écrit bien identifié.

### 3 L'HABILLAGE DE L'ARTICLE

Une fois l'angle défini, il faut organiser les différents éléments d'information selon une hiérarchie particulière : l'attaque, le corps du texte et la chute.

#### A. L'attaque

C'est en quelque sorte la brève que l'on ferait si l'on avait quelques lignes pour livrer le message essentiel de l'article. Il faut « sauter au col » du lecteur. Débuter, par exemple, par une citation, par une phrase qui intrigue, par une courte anecdote ou encore une image forte.

#### B. Le corps du texte

Il comporte des éléments de relance du rythme, permettant de maintenir l'intérêt du lecteur tout au long de l'article. Le lecteur doit toujours savoir où il en est. Pour maintenir son intérêt on peut s'aider d'expressions du type : «en premier lieu, en second lieu, par ailleurs, s'agissant de, en ce qui concerne, quant à, en revanche, ensuite, enfin ...» (toute énumération doit pouvoir être suivie de bout en bout, pour se terminer par «enfin»).

#### C. La chute

même principe que l'attaque, la chute peut également servir d'ouverture.

#### Remarques :

- Attention à l'utilisation abusive des majuscules, sigles, acronymes et abréviations et à l'utilisation sans raison de l'italique et des caractères gras.
- L'impact visuel provient de la titraille (le titre, le sur-titre, l'intertitre, le sous-titre, le chapeau) et de la photo.

#### D. La titraille

- **Le titre** a pour fonctions principales, d'attirer l'attention du lecteur, d'éveiller sa curiosité (titre allusif ou incitatif, titre formule : il s'agit de surprendre le lecteur) et de délivrer un message, de renseigner sur le contenu de l'article (donner l'essentiel de l'information). Il doit être court, énergique, dynamique. Un titre doit contenir des mots concrets et bannir les sigles, les mots savants et les adverbes. Importance d'un bon titre pour susciter l'intérêt du lecteur.
- **Le sous-titre** : c'est le cœur du sujet, à ne pas manquer car il explique souvent le sujet exact de l'article, voire l'ambiguïté recherchée, contenue dans le titre. Le surtitre et le sous-titre précisent et enrichissent le titre et le mettent en valeur (ex. surtitre : « à Saint-Pierre-du-Mont » ; titre : « un couvreur se tue en tombant d'un toit » ; sous-titre : « il avait voulu continuer à travailler pendant l'orage »).

– **Le chapô** : de plus en plus le chapô constitue le résumé de l'article (résume la substance de l'article et donne un aperçu) pour permettre au lecteur d'économiser son temps (en « zappant » sur le texte) et faciliter son choix de lecture des articles proposés ou l'inciter à lire l'article. Le chapô devient indispensable à partir de 2 ou 3 feuillets et sa taille dépendra de la longueur de l'article. Il sera donc rédigé après l'article lui-même.

- Le chapô peut être informatif = un résumé de l'information ou incitatif = thème de l'article + un échantillon ou encore combiner les deux genres.

- Chapô d'actualisation, actualiser des informations sans toucher à l'article

- Chapô de présentation, présenter la personne interviewée ou expliquer les raisons de l'article.

- Chapô-rappel, si un dossier est en plusieurs volets le chapeau permet de faire un résumé des informations précédentes.

– **L'intertitre** : est un marque-page, un rappel de l'idée secondaire, un repère qui permet de se situer dans l'article. Son but est de relancer l'intérêt du lecteur, lui donner une information sous un autre angle.

– **L'exergue** : mise en évidence de quelques mots tirés de l'article (une courte citation, un chiffre frappant, en évitant les abstractions et les phrases passe-partout), disposés de façon régulière au sein de l'article. Son but est d'inciter le lecteur à lire l'article.

– **La légende** : texte accompagnant une photo, un dessin, un graphique, une carte ou un schéma pour apporter l'information nécessaire à sa compréhension. La légende doit répondre aux questions : de qui ? de quoi s'agit-il ? où est-ce ? quels sont les personnages ? et doit également servir à attirer le lecteur et l'inciter à lire l'article. La légende doit être informative, explicative et incitative.

– **L'encadré ou hors-texte** : court papier, annexe d'un papier principal, mais indépendant de l'article, permettant d'enrichir l'article sans l'allonger et éviter ainsi de rompre son rythme. C'est une information supplémentaire, un point de détail que l'on ne pouvait pas placer dans le corps du texte. Un encadré peut être un court portrait, une petite interview, une fiche documentaire, un historique ou des statistiques. L'encadré est souvent mis en relief avec une trame en couleur en plus de l'encadrement.

**Remarque** : une photo banale peut être sauvée par une bonne légende.