

Chapitre 4

Quelles formes prennent les contenus des différents médias ?

Journal ou magazine papier

Un article ou un dossier correspond à un nombre de signes (caractères) qui sont comptés espaces comprises (quand on parle de typographie, les espaces sont un nom féminin). Les journalistes travaillent aussi au feuillet (un feuillet = 1 500 signes, espaces comprises). D'autres parlent en nombre de mots. Le vocabulaire et la manière de quantifier un article dépendent beaucoup des habitudes des rédactions.

Dans tous les cas, il est important de retenir qu'il existe différents formats de rédactionnels, qui correspondent chacun à des longueurs spécifiques :

- La **brève** correspond à un demi-feuillet (700-800 signes) et est un article très court. C'est une information simple et factuelle sur une nouveauté, un événement, etc. Elle n'est pas développée.
- Les **articles** sont plus longs. Ils peuvent s'étendre sur deux colonnes, trois colonnes, quatre colonnes ou plus.
- Les **dossiers** sont des ensembles d'articles ou des articles plus longs.

Un magazine ou un journal a un nombre de pages à ne pas dépasser. Il comptabilise ses rubriques, ses publicités (le cas échéant), etc. Le

journaliste n'a donc pas toute la place qu'il veut pour s'exprimer, d'autant plus que la publicité prime ! Quelqu'un a payé, donc il passe en priorité.



Pensons concis. Notre sujet doit tenir en un article, qui sera (toujours !) trop court à notre goût (et à celui du journaliste), car limité en taille. Soyons clairs, synthétiques et efficaces.

La photo : condition sine qua non de l'article

Tout article est illustré par une photo ou un visuel, voire plusieurs.

Pour tout magazine ou média illustré, la règle est simple : l'article appelle la photo, et **la photo est une condition sine qua non à l'article**.

Le cas des infographies est rare. Celles-ci sont utilisées pour des sujets sociétaux ou d'analyse, mais pas pour des sujets appelant une rencontre, une interview...

Si vous voulez un article, préparez-vous à prendre la pose !

Expériences professionnelles

J'interviens comme pigiste, et il m'est arrivé occasionnellement que des personnes interviewées refusent a posteriori d'apparaître en photo (malgré l'information donnée) ou me donnent une photo inexploitable. Cela a pu se produire dans des situations d'interviews téléphoniques, d'impossibilité de prendre une photo sur le moment (pluie, absence d'une personne, etc.) ou de relances multiples laissées sans suite. Dans ces cas-là, c'est simple : l'article ne paraît pas. Comme il ne paraît pas, je ne suis pas payée, et donc j'ai travaillé pour rien. Je dois aussi réécrire un article en urgence absolue pour remplir le vide laissé. Mon commanditaire est furieux (contre l'interlocuteur défaillant) et même si tout cela reste sans suite, le capital sympathie de l'interlocuteur est entamé. Il m'est arrivé que ce même interlocuteur revienne quelque temps plus tard demander un article... Que se passe-t-il à votre avis ? Au mieux, les éléments sont exigés en amont de toute interview ; au pire, c'est une fin de non-recevoir. Pas le temps de travailler avec des personnes pas fiables !

Enfin, autre exemple, je reçois régulièrement les communiqués de presse d'une agence représentant un industriel. Ses CP sont très bien faits, mais l'industriel (client) ne prévoit JAMAIS de photos (pas de photo disponible et pas de possibilité d'en faire). Je ne peux donc pas prévoir d'article.

Journal ou magazine en ligne

Nous pourrions penser que les magazines en ligne n'ont pas le problème de longueur maximale de l'article.

Oui et non.

Oui, parce que la question de l'impression du papier et d'une maquette ne se pose pas.

Non, parce qu'un article-fleuve noie le lecteur, et que c'est toujours mieux s'il va au bout du texte.

De même que dans la presse imprimée, la photo d'illustration est une condition *sine qua non*.

On vous en demandera peut-être plusieurs, disposées au fil des paragraphes, pour aérer l'article.

Autres médias en ligne : blogs, critiques *and co*

Des passionnés (professionnels et amateurs) tiennent des blogs ou des sites spécialisés sur leurs sujets de prédilection. La prise de contact pour une discussion, une présentation, puis un article est pertinente.

Pensons aux échanges de liens vers notre site web et aux publications partagées sur les réseaux sociaux.

Contenus audio : radio, podcast

Le contenu audio est soumis lui aussi à la nécessité d'être synthétique et efficace dans sa présentation.

Certaines émissions radio ou certains podcasts sont enregistrés en **direct** ou dans les **conditions du direct**.

« En direct », la diffusion est immédiate, sans filet.

« Dans les conditions du direct », l'enregistrement est fait en une fois, sans coupure ni retouche. Il sera diffusé tel quel.

D'autres émissions sont **enregistrées** « avec filet » : il peut y avoir des coupures, des reprises, plusieurs tests et versions...

L'émission sera enregistrée et montée, avec des parties enlevées, par exemple.

L'émission audio, quel que soit son format, passe toujours beaucoup plus vite qu'on ne l'imagine. L'esprit de synthèse et de clarté est indispensable.

Contenus vidéo

Les contenus vidéo sont de plus en plus plébiscités. L'essor de plateformes comme TikTok y est pour beaucoup.

Les contenus vidéo peuvent être, à l'instar de l'audio, tournés en **direct**, dans les **conditions du direct**, ou **enregistrés** et montés.

Le contenu vidéo est idéal quand nous avons des éléments « télégraphiques » à montrer.



Des contenus différents appellent des préparations et propositions différentes. Dans tous les cas, misons sur notre esprit de synthèse et sur la clarté de notre propos.

Chapitre 5

Comment les journalistes travaillent-ils ?

Comprendre le cycle/circuit de l'information

Le cycle ou circuit de l'information décrit le procédé par lequel un fait devient une information et comment celle-ci évolue, de son traitement à son archivage.

1. Collecte de l'information

Le journaliste est informé d'un événement ou d'un fait susceptible de l'intéresser par des sources diverses : dépêche d'agence de presse, contact, actualité sur les réseaux sociaux, communiqué de presse...

2. Vérification des faits et approfondissement

Le journaliste s'assure de la véracité de ce qu'il veut publier. Il fait des recherches complémentaires, demande une interview, confirme ou infirme son approche première, etc.

3. Mise en forme de l'article

L'article est écrit et produit (selon le support du média : presse écrite, radio, vidéo).