



paramètres

L'écriture journalistique sous toutes ses formes

Sous la direction de Robert Maltais
en collaboration avec
Yvan Asselin, Pierre Brisson et André Parent



Les Presses de l'Université de Montréal
Extrait de la publication

L'ÉCRITURE JOURNALISTIQUE
SOUS TOUTES SES FORMES

Page laissée blanche

L'ÉCRITURE JOURNALISTIQUE SOUS TOUTES SES FORMES

Sous la direction de Robert Maltais

en collaboration avec

Yvan Asselin, Pierre Brisson et André Parent

Les Presses de l'Université de Montréal

Extrait de la publication

*Catalogage avant publication de Bibliothèque et Archives nationales du Québec
et Bibliothèque et Archives Canada*

Vedette principale au titre :

L'écriture journalistique sous toutes ses formes

(Paramètres)

Comprend des réf. bibliogr.

ISBN 978-2-7606-2213-5

eISBN 978-2-7606-2596-9

1. Journalisme - Art d'écrire. 2. Narration. 3. Journalistes - Déontologie.

4. Liberté de la presse. I. Maltais, Robert, 1947- . II. Collection: Paramètres.

PN4775.A77 2010 808'.06607 C2010-940810-1

Dépôt légal : 2^e trimestre 2010

Bibliothèque et Archives nationales du Québec

© Les Presses de l'Université de Montréal, 2010

Les Presses de l'Université de Montréal reconnaissent l'aide financière du gouvernement du Canada par l'entremise du Fonds du livre du Canada pour leurs activités d'édition.

Les Presses de l'Université de Montréal remercient de leur soutien financier le Conseil des arts du Canada et la Société de développement des entreprises culturelles du Québec (SODEC).

IMPRIMÉ AU CANADA EN MAI 2010

Avant-propos

LES PUBLICATIONS SUR LE JOURNALISME abondent en ce début de XXI^e siècle. Plusieurs manuels techniques abordent les différentes facettes du travail journalistique, entre autres l'écriture de presse. Ce mode d'écriture se distingue nettement de la littérature, car l'écriture journalistique possède un style qui lui est propre.

Si les guides de rédaction journalistique foisonnent, peu d'entre eux s'adressent spécifiquement à des étudiants en journalisme, avec un souci pédagogique. C'est pour remédier à cette lacune que nous avons écrit le présent ouvrage.

Ce livre ne se limite toutefois pas à traiter de *l'art de raconter en journalisme*, bien que la maîtrise de cet art soit fondamentale dans la pratique journalistique. Il abordera brièvement d'autres aspects tout aussi majeurs du journalisme, des règles d'or du métier au respect des normes déontologiques et des lois qui protègent et encadrent la liberté de presse. Cette liberté, chèrement conquise, constitue encore aujourd'hui l'un des plus sûrs remparts de toute démocratie.

Il aurait été difficile, par ailleurs, de faire abstraction des profonds bouleversements qui frappent l'environnement médiatique depuis quelques années, à la faveur de l'entrée en scène d'Internet, cette Grande Toile planétaire dont l'incidence sur la transformation du journalisme reste encore à mesurer.

On peut toutefois déjà observer que les imprimés, les journaux payants, semblent particulièrement menacés par le Web. Le nouveau média cybernétique n'épargne pas non plus ni la radio ni la télévision, également en mutation. Le paysage des médias de masse se redéfinit.

Au départ, je m'apprêtais à rédiger ce livre seul, puisant dans mon bagage personnel de connaissances et d'expertise, acquis à travers 30 années de journalisme et d'enseignement en presse écrite, en radio et en télévision. Mais comme personne n'a le monopole ni de la vérité ni de la connaissance, il m'est vite apparu plus pertinent de m'associer à quelques-uns de mes collègues qui, tout comme moi, sont des professionnels de l'information qui enseignent, pour la plupart, au certificat en journalisme de l'Université de Montréal. Le but était évidemment d'offrir à nos étudiants un ouvrage de référence au contenu plus riche et diversifié.

Chacun de mes collègues coauteurs a développé une fine expertise dans un champ donné du journalisme. La grande famille des médias de masse, qu'on a tendance à qualifier à notre époque de plateformes de l'information, est ainsi bien représentée.

Retenons immédiatement ceci: sans égard au support technologique de production – papier, ondes radio, images télévisuelles ou ordinateur, c'est de journalisme dont on parle. Et si la pratique du métier présente un certain nombre de différences selon le type de média pour lequel on travaille, le lecteur constatera rapidement qu'elle comporte en contrepartie des similitudes indéniables. À nous de les dévoiler et d'inspirer un art de raconter en journalisme mieux adapté aux nouvelles réalités.

Chapitre 1

L'art de raconter

ROBERT MALTAIS

BEAUCOUP DE JEUNES rêvent de faire du journalisme. La plupart du temps, leur vision est quelque peu naïve et idéalisée, tout comme l'était la mienne.

À l'âge de 10, 11 ans, il m'arrivait de jouer au reporter. Mais la réalité du journalisme a peu à voir avec les aventures d'un Tintin reporter, sorti tout droit d'une bande dessinée. Grand voyageur devant l'éternel, Tintin consacrait bien peu de temps, dans ses albums, à la prise de notes, à l'interview et à la rédaction de ses articles. Au fait, quand l'avons-nous vu écrire, ce cher Tintin ?

Pourtant, dans la vraie vie, l'écriture compte pour beaucoup dans la production journalistique, sans égard au type de média pour lequel on travaille. Contrairement à la parole, l'écriture appelle une plus grande réflexion, un recul. Aussi l'écriture de presse se situe-t-elle au cœur du présent ouvrage.

Mais avant de se pencher sur l'écriture journalistique, pourquoi ne pas commencer par s'interroger sur cette étrange profession, diront certains observateurs extérieurs, qu'est le journalisme ?

Qu'est-ce que ce métier qui rassemble à la fois en son sein intellectuels, gens de plume, de parole et de pouvoir? Ce métier que Voltaire considérait comme le plus difficile du monde, parce qu'il écrit l'Histoire au quotidien.

LE RÔLE DE LA PRESSE

À ses débuts, le journalisme donnait passablement dans la presse d'opinion et d'approximation. En France, par exemple, la presse a longtemps été essentiellement polémiste. Ce n'est que progressivement qu'a émergé à travers l'Occident un journalisme d'information, conscientisé à l'importance de l'exactitude des faits et à la recherche, non seulement de la vérité, mais d'une certaine objectivité. Un concept qu'il faut cependant relativiser.

De façon assez unanime, les artisans de la presse se perçoivent comme les mandataires du grand public. Mandatés par la population, leur rôle consiste alors à témoigner de tout fait ou événement à caractère public, voire d'intérêt public, qu'il soit d'ordre social, politique, économique, culturel, environnemental ou sportif. Dans cet esprit, les journalistes sont les yeux et les oreilles du public. Un rôle qui n'est pas sans appeler une responsabilité sociale.

Le journalisme agit à la fois comme miroir social et moteur de changement de la société, par sa couverture événementielle, ses analyses de l'actualité et ses prises de position publiques à travers une multitude de textes d'opinion diversifiés.

Les journalistes témoignent quotidiennement de la vie de la Cité. Leurs témoignages permettent aux citoyens de participer véritablement à la vie de la collectivité, grâce à des médias d'information agissant comme ciment de la communication sociale¹.

1. Voir Lina Trudel, *La population face aux médias*, Montréal, vlb éditeur, 1992.

Sur le plan des valeurs, l'action de la presse joue un double rôle, tantôt comme lieu de renforcement de celles-ci, tantôt comme lieu de remise en question des valeurs humaines.

Ce sont des valeurs d'humanisme, d'égalité et de justice sociale qui donnent une légitimité à la pratique du journalisme. Il ne faut cependant pas faire preuve d'angélisme, car bien des périls guettent la pratique de ce métier. En particulier, le recours à un sensationnalisme desservant, en bout de ligne, le bien commun.

On ne peut par ailleurs aborder la question de la liberté de presse sans parler de son corollaire, le droit du public à l'information. Quel est le fondement de la liberté de presse, sinon le droit du public à être informé ? La presse ne saurait exister sans sa finalité, soit les citoyens et citoyennes à qui elle adresse le lot d'informations qu'elle produit.

Par voie de conséquence, la légitimité même de la presse repose sur le droit du public à l'information.

Au-delà de la noblesse des idéaux poursuivis par ce que nous appellerons la grande presse au service du public, la raison d'être d'une catégorie de médias a moins à voir avec des standards élevés de qualité qu'avec les exigences du tirage, de la cote d'écoute et de la rentabilité. Que penser, entre autres, de cette multitude de feuilles à potins qui polluent le paysage médiatique ou de chaînes radio et télé au sein desquelles divertissement et information font bon ménage au point où l'un et l'autre se confondent ?

Pour certains médias, on l'aura compris, l'information n'est qu'une marchandise comme une autre, et comme dans toute logique de marché, elle se doit d'être rentable au même titre que tout autre bien commercial.

Cependant, pareille vision de l'information fait abstraction du fait que l'information n'est pas une marchandise ordinaire, mais possède une dimension publique indéniable. Elle doit être considérée comme un service public de premier plan, car

la circulation de l'information contribue au maintien de la vie démocratique.

LE MÉTIER DE JOURNALISTE

Pour être apte à écrire, tout journaliste doit connaître, voire maîtriser, quelques notions de base qui, bien qu'élémentaires, n'en demeurent pas moins fondamentales dans la pratique du métier.

Il faut d'abord faire la distinction entre intérêt public et curiosité publique. L'intérêt public doit être à la base même de tout acte journalistique. S'il est difficile de définir le concept d'intérêt public parce que celui-ci est en constante mouvance, on peut convenir que l'intérêt public s'étend à tout ce qui est nécessaire au citoyen pour qu'il participe pleinement à la vie en société.

La signification est la notion clef de l'intérêt public, le barème de mesure de l'importance sociale de la nouvelle, de son impact et de ses conséquences pour l'ensemble de la population².

À l'opposé, la notion de curiosité publique correspond à une forme de voyeurisme social qui a très peu à voir, en vérité, avec la notion de bien commun. Mais ne soyons pas naïfs, ni aveugles. La presse *jaune* ou de *caniveau* prolifère à travers la planète. Ce ne sont pas que des nouvelles qu'offrent ces *canards* à leur public, mais bien souvent des potins et des rumeurs non confirmés. Étonnamment, ces journaux et ces magazines réussissent à intéresser un grand nombre de lecteurs inconditionnels et n'en font pas moins des affaires d'or.

Sur le terrain de l'événement, les journalistes, comme témoins sociaux, ne sont pas et ne peuvent pas être de simples courroies de transmission des acteurs de l'événement. Leur indépendance d'esprit, leur capacité d'observation et d'ana-

2. Pierre Sormany, *Le métier de journaliste*, Montréal, Boréal, 2000.

lyse, tout comme leur jugement, n'ont de cesse d'être interpellés. Ici, le verbe *penser* prend tout son sens.

Peut-on pratiquer le métier de journaliste sans une saine distance critique face aux acteurs des événements? La réponse est assurément non.

À quoi peut bien correspondre une distance critique raisonnable à une époque où on a enterré le concept de l'objectivité? À la conscience de sa subjectivité, c'est-à-dire de la dimension subjective découlant de notre propre vision du monde, de nos valeurs, de nos préjugés. Et à une indépendance vis-à-vis toute forme de pouvoir, de doctrine et d'idéologie.

Nous entrons ici de plain-pied dans le vaste domaine de l'éthique professionnelle. Le droit du public à une information de qualité apparaît alors comme le fondement de l'éthique journalistique. Au cœur de cette éthique, on retrouve quelques règles fondamentales auxquelles adhère tout journaliste digne de ce nom : rigueur et exactitude des faits, équilibre des points de vue, honnêteté intellectuelle et impartialité.

La connaissance et la maîtrise de la déontologie nécessitent, on l'admettra, beaucoup plus de nuances. Mais nous ne nous étendrons pas sur ce sujet, car tel n'est pas l'objet de ce livre. Contentons-nous de préciser qu'il existe d'importants guides déontologiques sur la pratique du journalisme au Québec auxquels on peut se référer en tout temps, notamment ceux de la Fédération professionnelle des journalistes et du Conseil de presse.

RACONTER EST UN ART

L'écriture journalistique possède son propre style. D'une certaine manière, ce mode de rédaction transcende, dans les grandes lignes, les différents médias d'information, qu'il s'agisse de journaux, de magazines, de la radio, de la télévision ou de la Grande Toile. Une interinfluence perpétuelle existe entre tous

ces médias. Si la presse écrite a longtemps influencé le mode de rédaction des nouvelles à la radio et à la télé, l'inverse est également vrai. Les journaux ont subi à leur tour l'influence de la production audiovisuelle. Tous les médias partagent un certain nombre de traits de personnalité communs.

Bien sûr, ces différents médias ont aussi leurs singularités, un mode d'expression qui les différencie, qui constitue leur spécificité. Mais ils puisent, à la base, dans un même bassin de références de style.

Or, le style de l'écriture journalistique est dénudé : « C'est son efficacité à véhiculer un message qui prime. Elle n'a de justification que par rapport à son public³ », comme l'écrit avec justesse l'auteur Jacques Mouriquand. On est donc loin de la littérature, au sens premier du terme.

Quels sont ces traits communs ?

Le premier objectif que partagent les médias d'information : capter l'attention du public, voire le captiver, en lui racontant une histoire vraie. Figurez-vous que le conteur du Moyen Âge n'est pas mort ! Il court toujours dans les médias du XXI^e siècle.

À notre époque, la population est plus que jamais inondée d'informations diverses, de messages de toutes catégories, quand ce n'est pas de publicités qu'on lui assène tous les jours à travers une mer de messages, dans lesquels abondent les superlatifs.

Notre matériau est la langue. Nous ne sommes certes pas les seuls à jongler avec ce merveilleux outil de travail : nombre d'écrivains, de poètes, de publicitaires et de communicateurs l'utilisent eux aussi, chacun à leur manière. C'est dans ce contexte concurrentiel que la rédaction d'un texte journalistique devient un art. Un art difficile et subtil.

3. Jacques Mouriquand, *L'écriture journalistique*, Paris, PUF, coll. « Que sais-je ? », 1997.

Le but de l'information à caractère journalistique diffère radicalement de celui de la publicité, de la propagande, du communiqué de presse, lesquels tendent à vendre tantôt un produit, tantôt une idéologie, tantôt un message orienté, tous teintés d'un haut degré de subjectivité.

À la recherche de la vérité la plus objective possible, l'information journalistique vise simplement et purement à informer le public de la vie de la collectivité humaine. De ses grandeurs et de ses misères. Or, pour être en mesure d'intéresser son public avec un contenu sérieux, il s'agit surtout d'éviter de le chloroformer avec une écriture austère, morne et sans vie.

Tout texte de presse vise d'abord à aller à l'essentiel. Pour distinguer les éléments essentiels des éléments accessoires, il existe une étape préalable : celle de la réflexion sur l'histoire à rédiger, sur son contenu. Cette étape présupposera un recul, un moment d'arrêt consistant à bien soupeser tous et chacun des éléments d'information dont on dispose et qui tisseront le fil de notre histoire.

Nous sommes donc à l'étape de la réflexion où il est nécessaire de prendre un temps d'arrêt minimal pour se centrer sur son histoire.

Première question à se poser : Ai-je vraiment une nouvelle entre les mains, porteuse d'éléments d'actualité inédits et d'intérêt public ? Seconde question : Si tel est le cas, de quoi s'agit-il au juste ?

Ce sont ces questions que vous posera habituellement votre chef de pupitre, d'une manière moins formelle, dès que vous franchirez le seuil de la salle de rédaction au retour d'une affectation, en vous demandant plus simplement ce que vous ramenez de votre couverture⁴. Pour répondre à cette question,

4. La couverture d'un événement correspond à l'étape de la collecte de l'information.

vous devrez alors formuler en quelques mots l'essentiel de votre histoire. C'est une étape souvent salutaire, car vous êtes alors appelé à nommer sommairement, parfois même à découvrir, les éléments qui se situent au cœur de votre histoire.

Au retour de la couverture d'un événement, voici un autre moyen suggéré pour en faciliter la rédaction : essayez de résumer votre nouvelle en un seul paragraphe. En effet, le premier paragraphe de votre texte doit aller au cœur de l'affaire. La suite les développera par ordre d'importance décroissante.

En règle générale, toute nouvelle essaie de répondre aux six questions suivantes : Qui ? Quoi ? Où ? Quand ? Comment ? Pourquoi ? Des questions que nous pouvons formuler plus clairement ainsi : Qui est l'acteur principal de l'événement ? Que s'est-il passé ? Dans quel lieu ? À quel moment ? Selon quelles circonstances ? Quelle en est la cause⁵ ?

Ce mode de questionnement, plus que centenaire dans la presse occidentale, caractérise tout autant la pratique journalistique des médias écrits qu'audiovisuels, dont l'influence s'étend aujourd'hui au journalisme en ligne.

Ce questionnement influencera la construction de votre nouvelle. L'apprenti journaliste devra alors faire désormais fi du mode de rédaction scolaire conventionnel qu'il avait intégré, comprenant une introduction du sujet, son développement, assortis d'une conclusion. Les journalistes s'inspirent et respectent, pour la plupart, un mode de rédaction nommé *pyramide inversée*.

En appliquant cette méthode rédactionnelle, le journaliste commence en quelque sorte à rédiger son histoire par la fin. Prenons, à titre d'exemple, une malheureuse fusillade survenue dans un collège. La nouvelle mettra en premier lieu l'accent sur la conséquence de l'événement, sa triste conclusion, soit la dizaine de collégiens qui y ont perdu la vie et le

5. Voir Jacques Mouriquand, *ibid.*

tireur fou qui s'est sans doute suicidé. Une fois le public informé de la conséquence dramatique de l'événement, il sera toujours temps d'en *contextualiser* l'histoire.

En procédant de cette manière, vous aurez à la fois déterminé l'angle de traitement de votre nouvelle et circonscrit également votre amorce.

La nouvelle va directement à l'essentiel. Parce qu'il faut capter dès le début l'attention du public, l'intéresser, sinon le lecteur, l'auditeur, le téléspectateur ou l'internaute ira ailleurs. Le choix du média ne manque pas.

Arrêtons-nous maintenant aux notions d'amorce, d'angle de traitement et de nécessaire plan de rédaction :

- *L'attaque* et le *lead* sont des synonymes du mot *amorce* en journalisme. Il s'agit de l'entrée en matière, du début de la nouvelle. L'amorce est importante, car elle donne le ton au texte qui suit et contribue à en déterminer l'angle de traitement. L'amorce doit être signifiante et susciter l'intérêt du plus grand nombre. Elle recourt à divers procédés propres à susciter l'intérêt, la curiosité, l'indignation du public. Elle doit considérer en priorité les personnes et la vie humaine.
- Le choix de *l'angle de traitement* détermine l'orientation que vous donnerez à votre texte, l'éclairage particulier. Ce choix impliquera nécessairement un tri dans les éléments d'information à votre disposition. Il y a donc lieu de circonscire les paramètres du sujet qu'on entend traiter, en éliminant les angles parasites.
- Pour être intelligible, toute rédaction présuppose un *plan*, aussi minimal soit-il, où vous aurez identifié vos idées maîtresses par ordre d'importance, les éléments fondamentaux qui constitueront le texte. Un fil conducteur permettra des enchaînements logiques.

ÉCRIRE POUR ÊTRE COMPRIS

Pour qu'on puisse garder plaisir à écrire... encore faut-il qu'on ait le souci du plaisir des autres à lire (...). C'est en écrivant qu'on apprend à écrire⁶.

Tout texte journalistique doit être lisible autant qu'intelligible. La dernière chose que le public doit se demander à la lecture d'un article ou à l'écoute d'un reportage audio ou vidéo, c'est : « Qu'est-ce que ça peut bien vouloir dire ? » Dans pareil cas, vous êtes sûr d'avoir raté votre cible.

Le public a le droit de comprendre de quoi il retourne et nous devons avoir, comme journalistes, le souci de faire comprendre.

Aussi la clarté doit être la marque de toute écriture journalistique. Qui dit clarté dit également simplicité. D'où découle l'importance de la vulgarisation en journalisme. Plus le contenu du fait ou de l'événement rapporté sera complexe et hermétique, plus sera grande la nécessité de bien vulgariser pour être compris par le plus grand nombre. Il faut privilégier un vocabulaire simple, dépouillé de tout jargon bureaucratique, technologique ou scientifique. Les clichés sont tout autant à éviter.

Comme journalistes, vous êtes appelés à traduire la réalité pour la population, en d'autres mots le plus large public possible, ce qui présuppose l'usage d'un langage clair véhiculant des mots simples et précis. « Les mots de tous les jours sont les plus beaux », écrivait Félix Leclerc.

L'effort de vulgarisation demandé au journaliste n'est pas toujours de tout repos. Pour être à même de bien vulgariser, il faut maîtriser son sujet, aussi complexe soit-il. Ce qui implique de la rigueur, de l'exhaustivité et de la profondeur lors du processus de collecte de données, de manière à obtenir

6. Loïc Hervouet, *Écrire pour son lecteur, Guide de l'écriture journalistique*, Broché, 1979.

une vision d'ensemble de l'événement, la plus large perspective possible.

La majorité des ouvrages portant sur l'écriture journalistique font largement consensus au sujet des règles pour mieux écrire, des règles dont s'inspirent majoritairement les membres de la presse écrite, audiovisuelle ou en ligne. En voici les principales :

1. Des phrases courtes, généralement une idée par phrase. Un sujet, un verbe, un complément. Des phrases qui ne devraient pas excéder les 15 mots, en évitant le plus possible les subordonnées.
2. Un langage clair, avec l'utilisation du vocabulaire le plus universel possible, sans fioritures. Simplicité, concision et précision. Le bon mot pour désigner la bonne chose.
3. Un style concret, mais évocateur et imagé.
4. Les verbes : la forme active plutôt que passive. Le temps présent plutôt que le participe passé ou l'imparfait, de manière à donner une connotation actuelle à l'histoire racontée.
5. Éviter les inversions grammaticales, les incises, les clichés, les adjectifs et les adverbes inutiles, les formulations compliquées, les tournures négatives.

Dans les prochains chapitres, nous aborderons plus en détail les différents aspects qui caractérisent l'art de raconter, à travers la lorgnette cette fois de la spécificité des différents médias que sont la presse écrite, la radio, la télévision et la Toile.

Page laissée blanche

Chapitre 2

L'écriture de presse

ROBERT MALTAIS

QUI DIT JOURNALISME, dit implicitement journaux. Parce que toute l'histoire de la presse a commencé par la publication des premiers journaux au XVII^e siècle. Aussi les méthodes de travail et le mode de rédaction propres à la presse écrite ont-ils longtemps influencé, voire imprégné, le fonctionnement de tous les autres médias d'information, sans exception.

Il fut une époque pas si lointaine où la qualité et la profondeur du traitement de l'information étaient la marque de commerce quasi exclusive des journaux. Bien sûr, tel n'est plus le cas aujourd'hui. Le professionnalisme de l'information s'étend maintenant aux magazines, à la radio et à la télévision. La Grande Toile a aussi des prétentions à ce titre, bien qu'il lui reste du chemin à parcourir en ce sens.

Quoi qu'il en soit, les racines mêmes du journalisme partent de cet arbre ancestral que constitue le journal. Nous voilà dans la généalogie du journalisme.

Malgré son âge vénérable, ce vieil arbre est toujours porteur de multiples branches et feuilles. Car si on annonce épisodiquement depuis près d'un siècle sa possible disparition, force est de constater que l'on compte encore plusieurs dizaines de

Page laissée blanche

Autres titres disponibles dans la collection Paramètres

Culture mobile

Les nouvelles pratiques de communication

André H. Caron et Letizia Caronia

Diversité et indépendance des médias

Sous la direction d'Isabelle Gusse

Éthique de l'information

Fondements et pratiques au Québec depuis 1960

Armande Saint-Jean

Images et sociétés

Le progrès, les médias, la guerre

Catherine Saouter

L'interview à la radio et à la télévision

Claude Sauvé

Introduction aux sciences de l'information

Jean-Michel Salaün et Clément Arsenault (dir.)

Le journalisme radiophonique

Dominique Payette, avec la collaboration de Anne-Marie Brunelle

Publicités à la carte

Pour un choix stratégique des médias publicitaires

Jacques Dorion et Jean Dumas

La radio à l'ère de la convergence

En collaboration avec la chaîne culturelle de Radio-Canada

Séduire par les mots

Pour des communications publiques efficaces

Deuxième édition

Jean Dumas

Téléréalité

Quand la réalité est un mensonge

Luc Dupont