

INTRODUCTION

CHAPITRE 1 : INFORMATION

- 1- INFORMATION ET DEFINITION
- 2- INFORMATION ET LE JOURNALISTE
- 3- CARACTERISTIQUES DE L'INFORMATION JOURNALISTIQUE
- 4- OÙ TROUVER L'INFORMATION DONT ON VEUT PARLER ?

CHAPITRE 2 : COLLECTE DE L'INFORMATION

- 1- L'ACCÈS AUX SOURCES
- 2- L'INFORMATION DOIT ÊTRE RECOUPÉE
- 3- FAUT-IL TOUJOURS CITER SES SOURCES ?
- 4- LA COLLECTE DE L'INFORMATION

NB : LE TOURNAGE

CHAPITRE 3 : STRUCTURE ET ORGANISATION DE L'ECRITURE JOURNALISTIQUE

- 1- COMMENT STRUCTURER UN PAPIER ?
- 2- LE SON
- 3- L'IMAGE
- 4- A PROPOS DU SUJET, AU SUJET DU PROPOS
- 5- LA CONFERENCE DE REDACTION : L'HEURE DES CHOIX

CHAPITRE 4 : PRESENTATION DE L'INFORMATION

1- ECRIRE LE COMMENTAIRE

- a. Les ‘’papiers’’
- b. Écrire le lancement du reportage (papier lead)
- c. Sélectionner les informations
- d. Écrire un commentaire pour chaque séquence
- e. Affiner l’écriture
- f. Intégrer le reportage dans le Journal

2- PRESENTER LE JOURNAL

2.1- Les sept règles d’or pour une bonne présentation

2.2- Les caractéristiques d’un bon journal

CONCLUSION

INTRODUCTION

Collecte de l'information. Collecter des informations c'est l'étape du recueil, de la recherche des informations. Au cours de cette étape, le journaliste reçoit les informations soit par les agences de presse, soit par la descente sur terrain, soit par différentes stations et d'autres informateurs.

La fiabilité de l'information passe par la relation que le journaliste entretient avec ses sources. Même si les rédactions sont de plus en plus sollicitées par les sources qui ont des messages à communiquer, le journaliste reste absolument indépendant de ses sources, qu'il doit consolider et renouveler pour être crédible auprès des téléspectateurs.

L'enjeu pour le journaliste est de faire son travail, de s'engager et d'apporter une information. Le téléspectateur ou l'auditeur doit avoir la conviction que le journaliste lui a tenu un propos, un propos qu'il retiendra.

CHAPITRE 1 : INFORMATION

1. INFORMATION ET DEFINITION

C'est quoi l'information ? Quel que soit le continent, une information est :

◆ « une donnée d'actualité (donnée significative universellement ou collectivement prise dans les faits et événements du présent ou ayant une signification pour le temps présent) ;

◆ sélectionnée et mise en forme ;

◆ par une conscience libre, formée à la recherche désintéressée de la vérité et soucieuse du bien commun ;

◆ et diffusée par un média garantissant l'indépendance du journaliste par rapport à tout pouvoir (politique, idéologique ou économique, y compris par rapport aux

PATRICE KOUAKOU N'GUESSAN, Chargé de cours **COLLECTE & PRESENTATION DE L'INFORMATIONN**

E-mail : pat_kouak@yahoo.fr / Cel & WhatsApp : 07 08 155 155

intérêts de l'entreprise qui l'emploie quand il y a un enjeu démocratique de l'information). » (Jean-Luc MARTIN-LAGARDETTE).

Qu'en est-il du concept « nouvelle ? »

La nouvelle peut être définie comme étant « tout ce qui est arrivé récemment et dont nous n'avons pas encore entendu parler et tout ce qui est sur le point d'arriver. Elle est considérée comme la forme la plus simple de transmission de l'information » (Jean-Baptiste ILBOUDO).

L'information (info en abrégé dans le jargon de la profession), est la nouvelle communiquée par une agence de presse, un journal de presse écrite, la radio, la télévision ou tout média reconnu comme tel.

L'info magazine « est la nouvelle qui ne porte pas forcément sur un événement précis mais explique un problème, une situation, que l'on peut traiter hier, aujourd'hui, demain, mais qui intéresse les auditeurs parce qu'ils ne la connaissent pas encore et que cela les touche.

2. INFORMATION ET LE JOURNALISTE

Le travail du journaliste n'est pas d'écrire de la belle prose ou de la poésie (il serait écrivain), ni de faire de belles phrases en public.

Le journaliste n'est ni un beau-parleur, ni un amuseur public. Son travail est de produire de l'information et de la livrer. Il n'est pas non plus un juge.

Le journaliste est un professionnel qui travaille pour la presse écrite ou audiovisuelle, à la collecte, au traitement et à la diffusion d'informations concernant l'actualité.

Il a pour occupation principale, régulière et rétribuée, l'exercice du journalisme dans un ou plusieurs organes de presse écrite ou audiovisuelle.

Le journaliste tire l'essentiel de ses revenus de son travail de professionnel de l'information. Il participe à la collecte, au traitement et à la diffusion de l'information. Il est honnête et se soumet au respect de l'éthique et de la déontologie de sa profession.

Par l'information qu'il diffuse, le journaliste forme, informe. Il permet à ses concitoyens de s'identifier à une image ou à un groupe social, pour alerter, c'est-

à-dire éveiller des consciences, provoquer le débat public, sensibiliser, voire mobiliser.

La raison d'être du journalisme est d'apporter aux citoyens l'information dont ils ont besoin, pour exercer leurs libertés fondamentales d'opinion et d'expression et être ainsi mieux à même d'exercer leur citoyenneté. Sa fonction est également de faire écho à leurs propos, afin que leur voix soit entendue dans le débat public.

3. CARACTERISTIQUES DE L'INFORMATION JOURNALISTIQUE

Les traits pertinents d'une information journalistique.

L'information doit notamment être :

◆ **une nouveauté** : l'information journalistique évoque un fait nouveau. Il s'agit de rapporter des éléments nouveaux que le public ne connaît presque pas, ou pas du tout, et aimerait savoir, découvrir.

La nouveauté de l'information renvoie à son caractère inédit. La nouveauté, c'est ce qui n'est pas encore connu, c'est ce que l'on va découvrir.

◆ **intéressante**: l'information doit accrocher l'auditeur qui y retrouve ses centres d'intérêt;

◆ **avérée, vérifiée et fiable** : l'info doit être juste, vraie, exacte, authentique, suffisamment recoupée

◆ **honnête, rigoureuse, complète et équilibrée** : l'information n'est pas taillée sur mesure pour contenter qui que ce soit ; elle est traitée dans la rigueur, sans falsification ni manipulation, en toute honnêteté, dans l'impartialité. Elle est complète et équilibrée : le journaliste s'assure que rien n'est escamoté, que toutes les parties du sujet ont eu droit à la parole pour s'exprimer.

◆ **originale**: l'originalité de l'information aide à captiver l'auditeur pour qu'il prenne le temps de s'éloigner de tout ce qu'il a l'habitude d'entendre, de suivre, d'écouter. L'originalité fait appel à l'aptitude du journaliste à présenter une information de façon innovante, intéressante, spécifique et personnelle.

4. OÙ TROUVER L'INFORMATION DONT ON VEUT PARLER ?

L'homme est essentiellement un être social. En tant que tel, il éprouve le besoin d'informer ou d'être informé. C'est « le besoin instinctif de savoir ». Savoir ce

qui se passe autour de soi, un peu plus loin de sa maison, de l'autre côté de la colline ou de la forêt ; bref, chercher à être au courant des événements qui se passent ailleurs, dans le monde qui l'entoure. Aussi la société humaine se crée-t-elle de l'échange des informations.

L'information, c'est avant tout ce qu'on peut voir et entendre soi-même. Une manifestation. Un spectacle. Une conférence. Dans ce cas, le journaliste observe. Il regarde, il écoute, il note ou enregistre tout ce qui pourra lui permettre de raconter ce qui s'est passé, ou ce qu'il a vu de ses propres yeux ou entendu de ses propres oreilles, pour le transmettre à ceux qui n'étaient pas sur place : il le fait à leur place.

CHAPITRE 2 : COLLECTE DE L'INFORMATION

1. L'ACCÈS AUX SOURCES

La source est une personne ou une organisation qui est à l'origine (à la source) d'une information.

Elle affirme quelque chose qui, selon elle, est une information. Selon elle, la précision est importante !

On distingue les sources documentaires des sources vives.

Les sources vives : Ce sont des personnes qui répondent à des questions du journaliste : les personnes écoutées, interrogées ou interviewées, les informateurs. Entrent en jeu aussi les sens du journaliste : la vue, l'ouïe, l'odorat, le toucher, le goût. Car, en quelque sorte source intermédiaire, le journaliste est à la fois témoin d'un événement et narrateur.

Les sources documentaires : De nos jours, la plupart des sources documentaires classiques, à savoir les dossiers et les centres de documentation, sont numérisées. Elles sont donc accessibles par des moteurs de recherche, des portails et des sites Internet. Les sources documentaires constituent la plus grande part de l'information pour les journalistes professionnels. Mais y recourir requiert beaucoup de savoir-faire.

La règle d'or, face à une source documentaire, c'est que le journaliste doit toujours chercher à en mesurer le degré de fiabilité.

En définitive, les sources d'information du journaliste sont multiples et se situent à divers niveaux de fiabilité. En voici une liste non exhaustive :

◆ les dépêches d'agence ;

PATRICE KOUAKOU N'GUESSAN, Chargé de cours **COLLECTE & PRESENTATION DE L'INFORMATIONN**

E-mail : pat_kouak@yahoo.fr / Cel & WhatsApp : 07 08 155 155

- ◆ les journaux (de la presse écrite);
- ◆ les communiqués qui parviennent à la rédaction ;
- ◆ le monitoring ou l'écoute des radios et TV étrangères, périphériques ou locales ;
- ◆ les autres journalistes (le correspondant – permanent ou occasionnel –, le reporter, l'envoyé spécial) ;
- ◆ les sources documentaires : la documentation de la rédaction ;
- ◆ les autres sources documentaires : l'internet incluant blogs, réseaux sociaux, sites d'informations.

Ces types de sources servent surtout à entamer le travail de recherche pour le journaliste, mais elles ne sont suffisantes en aucune manière. Elles sont complétées par :

- ◆ la communauté (appels d'auditeurs, témoins, ce qu'on entend dire ici ou là...)
- ◆ les ministères ou institutions gouvernementales, les structures locales décentralisées ;
- ◆ la police, la gendarmerie ;
- ◆ les autres sources officielles (banques, arrondissements, communes, mairies) ;
- ◆ les sources anonymes (membres d'ONG ou d'ambassades qui souhaitent ne pas être cités ; toute autre personne physique ou morale livrant une information, mais qui, pour des raisons de sécurité, refuse d'être citée).

2. L'INFORMATION DOIT ÊTRE RECOUPÉE

Croiser les sources permet de recouper l'information, c'est-à-dire de vérifier qu'il s'agit bien d'une information, sans mensonge, erreur ou approximation.

Une information fiable est justement celle qui a été collectée dans la rigueur auprès de sources fiables.

Sur des dossiers sensibles, par exemple, le rédacteur en chef a l'habitude d'interpeller son journaliste pour lui demander si « l'information a bien été recoupée ». Comprenez donc : cette version des faits a-t-elle été confirmée par plusieurs sources ?

Ce nécessaire besoin de recoupement fait qu'il n'y a pas de limite pour recouper les sources ! Il arrive pourtant un moment où il faut se décider. Deux personnes ont dit la même chose, peut-être trois, peut-être quatre... Va-t-on diffuser la nouvelle ou pas ? S'agit-il d'une vraie information ou non ? Le journaliste doit peser la valeur de ce qu'il sait et faire un choix difficile, mais fondamental !

C'est un principe : il vaut mieux taire des faits sur lesquels on a encore des doutes. Être prudent est une façon de préserver le capital de crédibilité de chacun de nous.

3. FAUT-IL TOUJOURS CITER SES SOURCES ?

La notion de recoupement de l'information est intimement liée aux sources. Mais faut-il toujours citer ses sources ? Non, parce qu'il peut arriver qu'une personne accepte de parler et de livrer des informations, mais à la condition de la confidentialité afin de ne pas être inquiétée ultérieurement.

Mais le journaliste devra toujours faire preuve de discernement vis-à-vis des sources parce que ceux qui requièrent l'anonymat ne sont pas forcément tous loyaux. Certaines personnes requièrent l'anonymat non pas parce qu'ils redoutent des représailles, mais simplement dans l'intention de nuire, de dérouter ou manipuler le journaliste en lui lançant des informations erronées.

Quand il s'agit d'une information délicate que l'on pense pourtant devoir exploiter, mais qui pourrait embarrasser certaines personnes ou organisations mises en cause, il est de la responsabilité du journaliste de se demander ou de demander : « *Est ce que je peux vous citer ?* ». Si cela s'avère risqué de citer sa source, le journaliste s'interdira de l'exposer. **Le journaliste doit protéger ses sources d'information** par la dissimulation de l'identité de la personne qui témoigne.

NB : En définitive, faut-il tout recouper ? La réponse est non ! Souvent, l'information est une déclaration, une prise de position que l'on relaye comme telle, en faisant bien entendre à l'antenne qu'on la met « entre guillemets ».

4. LA COLLECTE DE L'INFORMATION

La collecte de l'information se fait principalement par le « reportage », mot d'origine anglo-saxonne qui signifie rapport ou compte rendu. C'est un genre journalistique qui consiste à rechercher, de l'information directement sur le terrain, à la recueillir, à la traiter et à assurer sa diffusion instantanée ou en différé.

Collecter l'information suppose :

- ◆ s'être rendu sur le terrain ;
- ◆ avoir enregistré les sons et les images ;
- ◆ avoir noté ce que l'on a vu et entendu.

Les techniques de collecte de l'information généralement utilisées sont, en fait, les grands genres journalistiques qui servent à forger l'information (interview, reportage, enquête, compte rendu).

Toutes ces opérations de terrain se font sur la base de plusieurs techniques :

- ◆ l'observation (regarder, voir, observer la réalité) ;
- ◆ la découverte (découvrir l'info) ;
- ◆ le dépistage (investigation, recherche des infos).
- ◆ l'analyse (étude et recoupement des divers éléments d'information recueillis afin d'en déterminer les aspects les plus importants).

En définitive, savoir informer ses auditeurs/ses téléspectateurs, c'est aussi savoir appliquer la notion d'angle inhérente à tout traitement journalistique. En d'autres termes, c'est savoir découper ses sujets en angles

L'angle permet au journaliste de ne pas tout dire sur un événement, un spectacle, un fait... mais de choisir ce qu'il va en dire à l'auditeur / au téléspectateur. Le découpage en angles se fait en conférence de rédaction.

C'est quoi l'angle ?

C'est l'aspect primordial, le regard sous lequel le sujet sera traité ; la manière d'aborder un sujet sur un aspect de sa signification ; le regard et point de vue à partir desquels s'effectuent la sélection des informations et la construction d'un papier.

Exemple : La coupure intempestive de la fourniture d'électricité peut être traitée sous l'angle économique, humain ou historique.

L'angle est donc le fil conducteur, c'est la manière d'aborder un sujet ; l'aspect primordial, le regard, sous lequel le sujet sera traité...

Un bon angle est d'abord une bonne question posée dans un contexte donné : en termes de moment, de valeurs et de lectorat ou d'audience.

L'angle de traitement d'un sujet se dégage avant de se rendre en reportage, le matin, en conférence (ou conseil) de rédaction.

En effet, c'est en conférence que tout se décide : les sujets de reportage, les interlocuteurs à contacter pour les interviews, les angles à exploiter c'est-à-dire ce qui va intéresser les auditeurs dans les sujets validés. Il est préférable que l'angle soit large au départ pour se resserrer sur le terrain.

NB : LE TOURNAGE

N'importe quel sujet, n'importe quel propos peuvent-ils faire l'objet d'un reportage ? Existe-t-il des sujets qu'il n'est pas possible de traiter à la télévision ou à la radio ? Ces questions se posent chaque jour au sein des rédactions. Elles ne peuvent pas être tranchées une fois pour toutes.

La conférence de rédaction est l'heure des choix. Pour chacun des sujets retenus pour le journal télévisé ou le journal radiodiffusé, le rédacteur en chef peut demander au journaliste de partir en tournage sur le terrain avec une équipe de reportage. Car le reportage se construit sur le terrain.

Sur le terrain, les interviews permettent de recueillir certaines informations tandis que la caméra capte des images et des sons qui apportent d'autres informations. L'information est ainsi obtenue selon les logiques différentes et convergentes et l'actualité sera mise en scène chaque jour sous forme de reportages composés d'images et de sons diversement dosés. Il y a une répartition de l'information entre l'image et le son.

Le téléspectateur ou l'auditeur doit pouvoir trouver dans le reportage, la réponse aux questions de base, à savoir Qui ? Quoi ? Quand ? Où ? Pourquoi ? / 5 W (Who ? What ? Where ? When ? Why ?) La loi des 5 W est un précepte de journalisme.

CHAPITRE 3 : STRUCTURE ET ORGANISATION DE L'ÉCRITURE JOURNALISTIQUE

1. COMMENT STRUCTURER UN PAPIER ?

La base de l'écriture journalistique, c'est la structure de la << pyramide inversée >>. La pyramide inversée est un principe de rédaction. C'est un style d'écriture journalistique qui consiste à aller droit au but : le journaliste décide de révéler directement l'essentiel de l'information.

Ce style d'écriture hiérarchise un texte en indiquant immédiatement les éléments essentiels d'une information, répondant ainsi dès le premier paragraphe aux questions fondamentales. Le journaliste choisit consciemment de traiter les détails plus tard dans le texte.

La phrase d'introduction ne peut pas aussi répondre à toutes les questions : Qui ? Quoi ? Quand ? Où ? Comment ? Pourquoi ?

Votre papier doit commencer par l'information la plus importante

Le journaliste retiendra les deux (02) ou les trois (03) points essentiels pour lancer son récit avant de le développer.

Enfin, le journaliste télé rédigera des phrases courtes afin de pouvoir les dire à haute voix sans s'essouffler. Le journaliste télé doit être sensible aux sons des mots qu'il utilise.

Tel un poète, il doit veiller au rythme des mots et des phrases.

Un exemple : << Le couvre-feu s'étend d'Abidjan à Korhogo, pourtant ce soir, en Côte d'Ivoire, le ciel est clair >>

Le journaliste audiovisuel doit se méfier des mots ou expressions corrects à l'écrit, mais qui frise le ridicule s'ils sont dits à haute voix. Le fait que les textes destinés à la télévision ou à la radio soient écrits pour être lu à haute voix, ne dispense pas le journaliste de l'obligation de respecter l'orthographe, car un mot mal orthographié peut souvent conduire au bafouillage à l'antenne.

Les fautes d'orthographe sont préjudiciables aux journalistes et à la chaîne de télévision / à la station de radio.

NB : En règle générale, Cela permet au lecteur, à l'auditeur, au téléspectateur, à l'internaute d'avoir rapidement un aperçu de l'article, de sa structure et de son contenu.

L'information doit être donnée dans un ordre logique, mais pas forcément chronologique.

2. LE SON

Les éléments sonores correspondent aux citations de la presse imprimée. Ces éléments sonores ne doivent pas seulement être intelligibles sur le papier, ils doivent l'être aussi à l'antenne. A la télévision et à la radio, il importe de soigner les transitions, avant et après l'insertion de l'élément sonore. L'objectif est de garantir la fluidité du récit, afin de retenir l'attention du téléspectateur / de l'auditeur du début jusqu'à la fin.

3. L'IMAGE

PATRICE KOUAKOU N'GUESSAN, Chargé de cours **COLLECTE & PRESENTATION DE L'INFORMATIONN**

E-mail : pat_kouak@yahoo.fr / Cel & WhatsApp : 07 08 155 155

La télévision, c'est plus que de la radio avec des images. Le journaliste télé qualifié, il sait marier les mots et les images afin de donner plus de poids au récit. L'image n'est pas simplement <<décorative>>, c'est un élément essentiel du récit. L'image répond à la question <<Quoi ?>> et les mots à la question <<Pourquoi ?>> Voir est peut-être croire, mais cela ne veut pas dire comprendre.

Avant d'écrire son papier, le reporter TV doit savoir quelles images il utilisera.

Dans la mesure du possible, il doit visionner l'ensemble de la vidéo afin de trouver la correspondance entre les séquences et le texte.

Des études montrent que le téléspectateur assimile véritablement le contenu du reportage lorsqu'il y a correspondance parfaite de l'image et du texte. Autrement dit, lorsque les images et les mots du journaliste racontent la même histoire. Sinon, c'est l'image qui l'emporte dans la mémoire du téléspectateur.

4. A PROPOS DU SUJET, AU SUJET DU PROPOS

Il faut dire ici que tout sujet appelle un propos, un propos porte toujours sur un sujet.

Le sujet, c'est ce dont parle le reportage. C'est ce qui est connu. C'est le point / l'idée de départ d'un reportage. C'est ce qui attire le téléspectateur / l'auditeur. Par exemple, ce sujet m'intéresse, je vais regarder/ suivre le reportage.

Le propos, c'est ce qu'on dit du sujet. C'est du nouveau, de l'inconnu. C'est l'information produite par le reportage. **Pour le journaliste**, c'est le traitement qu'il fait du sujet, c'est l'angle choisi et ce qu'il en tire. **Pour le téléspectateur / l'auditeur**, c'est ce qu'il espère apprendre de neuf sur le sujet, c'est ce qu'il retient à la fin du reportage.

Ce qui importe dans un reportage, c'est l'information produite, la valeur ajoutée journalistique.

5. LA CONFERENCE DE REDACTION : L'HEURE DES CHOIX

Beaucoup d'informations brutes arrivent chaque jour dans une rédaction. Tout ne sera pas traité : le choix des sujets qui vont constituer le journal télévisé (JT) ou le Journal radiodiffusé est évidemment la première opération journalistique, la plus essentielle peut être.

Un reportage est conçu en Conférence de rédaction, il paraîtra quelques heures plus tard dans le journal télévisé (JT) ou un journal radiodiffusé. Entre ces deux (02) moments, un temps très limité pour préparer, réaliser, produire le « Une minute », le « deux minutes », « la chronique » ...

La Conférence de rédaction est l'heure des choix.

Ces choix s'opèrent lors de la Conférence de rédaction :

- choix initial que les journalistes font lorsqu'ils privilégient des faits ;
- choix du traitement retenu pour les sujets jugés intéressants en termes de genre (off, brève, dossier ou reportage classique) ;
- choix de la place de ce reportage dans la hiérarchie de l'information opérée par le Journal Télévisé / le Journal Radiodiffusé.

NB : la ligne éditoriale d'un journal et l'image de marque d'une chaîne de télévision / d'une station de radio se définissent par l'ensemble de ces choix.

Une fois définis ces choix éditoriaux, il faut produire de l'information. **Le propos est pour le téléspectateur / l'auditeur, ce qu'il va apprendre de neuf sur le sujet.**

CHAPITRE 4 : PRESENTATION DE L'INFORMATION

1- ECRIRE LE COMMENTAIRE

L'accroche (les commentaires de début du reportage) et **la chute** (les commentaires de fin du reportage) sont importantes pour la clarté et l'impact du reportage auprès des téléspectateurs ou auditeurs. Le reportage progresse de séquence en séquence grâce à un « commentaire explicatif » supporté par des illustrations ou grâce à des images-clés. Le commentaire peut aussi introduire une interview ou expliciter une situation.

a. Les "papiers"

Il s'agit des textes que vous rédigez pour relater ce dont vous avez été témoin. La diffusion se fera, soit sur place, soit au retour dans un journal ou une autre émission. Il s'agit d'écrire comme on parle tout en respectant la structure journalistique.

L'attaque ou l'accroche. Cette première phrase doit retenir l'attention du téléspectateur / de l'auditeur et lui donner envie de regarder écouter la suite. Elle reprend le fait le plus récent ou le plus marquant, donne des indications sur l'angle et l'ambiance du papier.

Le style. Des phrases courtes (sujet, verbe, complément), elles sont faciles à dire et faciles à comprendre. Un vocabulaire simple, imagé concret, précis et vivant. L'objectif ici est d'intéresser et d'être compris le plus rapidement possible par le plus grand nombre de téléspectateurs.

La chute doit être forte et imagée. C'est elle qui reste dans l'oreille du téléspectateur. Ce n'est pas une morale. Elle doit ouvrir sur un autre sujet, un point resté en suspens.

b. Écrire le lancement du reportage (papier lead)

Écrire en priorité le lancement du reportage et l'envoyer au présentateur. Le rôle du lancement est de mettre en valeur le reportage dans le Journal Télévisé. Le présentateur prend connaissance du reportage assez tôt pour réécrire le lancement et bien intégrer le reportage dans le journal télévisé. En confiant au présentateur toutes les informations qui replacent le reportage dans son contexte, le journaliste peut commencer par une accroche percutante.

c. Sélectionner les informations

Avant le montage, le journaliste se trouve devant un « stock » d'informations (des « rushes » de mots) où il devra faire une sélection. Il va extraire les éléments de lancements, les éléments de synthés et de sous-titres. Le journaliste va réorganiser ce qui reste pour respecter le découpage et le rythme du montage, reformuler les phrases pour en faire une adaptation télévisuelle. Enfin il va supprimer tous ce qui est déjà dit dans les images, les sons et les interviews.

d. Écrire un commentaire pour chaque séquence

Une séquence est une série d'éléments mis et traités les uns à la suite des autres.

Le journaliste écrit autant de « commentaires » qu'il y a de séquences audiovisuelles dans le reportage. Il y en a qui sont autonomes par rapport aux illustrations (commentaires explicatifs). D'autres soulignent les séquences clés et les ambiances en leur apportant un complément d'information impossible à montrer en image (commentaires de cloutage). Lesquels commentaires accrochent le téléspectateur qui peut ensuite s'intéresser à une explication plus abstraite.

Enfin d'autres commentaires encore introduisent ou reformulent des extraits d'interview pour expliciter le contenu de l'interview ou souligner ses conditions de production.

Après avoir écrit le commentaire, le journaliste retravaille le début (l'accroche) et la fin (la chute) de son reportage : deux formules, simples sur la forme et riche sur le fond qui, juxtaposées, font le tour du sujet et du propos... Les clés du reportage sont l'accroche efficace et la chute pertinente.

e. Affiner l'écriture

Le commentaire est souvent trop long et le journaliste est tenté d'accélérer sa vitesse de diction. Sans simplifier le contenu, il est toujours possible d'alléger la forme d'un commentaire. Affiner l'écriture pour le journaliste, revient à mettre en valeur les mots clés en supprimant tous les mots inutiles qui les entourent ; à éviter les mots qui répètent ou parasitent les images tournées par le caméraman ; à éviter les mots qui figurent dans le lancement ou dans les extraits d'interview.

f. Intégrer le reportage dans le Journal

Notons qu'il ya la place du reportage dans le conducteur du journal. La succession des reportages se définit dès l'élaboration du préconducteur, à l'issue de la Conférence de rédaction. L'ordre de passage se fixe à la mi-journée lors de l'élaboration du conducteur qui, jusqu'à la diffusion, est toujours susceptible d'être modifié.

2- PRESENTER LE JOURNAL

Après l'avoir écrit, le présentateur se met en situation de présenter le journal. Avant d'en arriver à cette étape, il lui faut mettre en bouche son texte. Il est précieux de comprendre, avant de se rendre en studio, ce que l'on va dire et comment on va le dire, pour mieux le communiquer aux téléspectateurs ou aux auditeurs.

La mise en bouche sert non seulement à trouver le rythme convenable (la respiration) et l'accentuation vocale, mais aussi à déceler bien avant de se retrouver devant le micro, les pièges de prononciation, les éventuelles phrases mal formulées... On évitera de lire « à vue » les papiers. C'est la règle. Que l'on soit un présentateur talentueux et expérimenté ou un novice, on ne perd rien en mettant son texte en bouche. Bien au contraire...

Pour bien annoncer les informations, le journaliste observe trois règles fondamentales :

- ◆ comprendre le contenu *via* une bonne préparation ;
- ◆ visualiser l'auditeur ou le téléspectateur dans son imagination ;
- ◆ communiquer le sens de ce qui est dit en le racontant.

Le journaliste débutant se rappellera que toute formation qui se veut efficace s'accompagne d'un entraînement volontaire, d'une autoformation. Pour s'améliorer, le nouveau présentateur prendra ainsi l'habitude d'enregistrer son journal afin de s'écouter et de se comparer aux autres présentateurs, sans chercher pour autant à les imiter.

Cet exercice est d'autant plus efficace qu'il aide le journaliste à s'autoévaluer, à se corriger, à s'améliorer. La critique pourra également se faire de façon collective, à la rédaction

2.1- Les sept règles d'or pour une bonne présentation

1. Posture.

La posture en position assise est-elle suffisamment confortable pour faciliter une bonne respiration et une liberté de mouvement ? Une posture crispée ou à l'inverse indolente n'est généralement pas appropriée pour être en éveil et attentif.

2. Intensité vocale. L'énergie vocale mise en œuvre est-elle appropriée au type de programme ?

3. Rythme. Le débit de l'élocution est-il correct ? Un débit trop élevé peut altérer l'intelligibilité et engendrer des erreurs.

4. **Tonalité.** Y a-t-il des montées et des baisses de ton suffisantes pour que le tout soit intéressant ? Trop de monotonie dans la voix .../... peut vite devenir très fatigant à écouter. Cependant, toute animation de la voix doit véhiculer une signification naturelle plutôt que d'être un exercice de diversité en soi. Dès lors, même si la tonalité change, évoque-t-elle un schéma répétitif et prévisible ?

5. **Pause.** Des silences adéquats sont-ils utilisés de manière intelligente pour séparer les idées et laisser du temps pour comprendre ?

6. **Prononciation.** Le présentateur se débrouille-t-il correctement avec la prononciation des noms et des lieux internationaux ? S'il ne connaît pas les personnalités dont il est question dans les informations, ou s'il ne maîtrise pas la terminologie musicale dans d'autres langues, il peut s'avérer judicieux de lui enseigner quelques règles basiques de phonétique.

7. **Personnalité.** En résumé, ce qui va se passer du micro au haut-parleur, c'est l'impression que le présentateur va donner de lui-même. Quelle image visuelle évoque-t-il ? Est-elle appropriée au programme ?

Robert MCLEISH

2.2- Les caractéristiques d'un bon journal

- ◆ Sérieux dans la qualité des informations.
- ◆ Diversifié dans le choix des sujets.
- ◆ Vivant dans la présentation.
- ◆ Clair dans les explications.
- ◆ Équilibré dans le traitement.
- ◆ Complet dans la narration.

CONCLUSION

Être reporter est un vrai métier qui utilise des méthodes claires. Les reportages construisent jour après jour la légitimité d'une activité professionnelle souvent mal comprise et pourtant indispensable dans une société démocratique. Une activité professionnelle qui consiste à collecter, rassembler, vérifier et commenter des faits pour les porter à l'attention du public à travers les médias.

BIBLIOGRAPHIE

1. BESSE, Brigitte et DESORMEAUX, Didier, **Construire le reportage télévisé**, 3^{ème} édition entièrement revue et augmentée, Victoires Éditions, 2005
2. François Pascal Mbumba Mpanzu, **Journalisme radio, Conseils pour la pratique en Afrique subsaharienne**, Les Éditions du GRET, décembre 2015
3. HUNTER, Marc, **Le journalisme d'investigation**, Paris. PUF (Collection « Que sais-je ? »), 1997
4. LANCIEN, Thierry, **Le Journal Télévisé, construction de l'information et compétences d'interprétation**, Paris, Edition Didier (Collection « Essais »), 1998
5. MANIER, Paul Stéphane, **Le journalisme audiovisuel, Techniques et Pratiques Rédactionnelles**, Édition Dixit/ Jean-Pierre POUGEA. 3 rue La Bruyere 75009 Paris Décembre