



# FICHE TECHNIQUE

---

## #11

### ECRIRE UN ARTICLE

Dans ce tuto, on t'explique comment organiser les éléments que tu as récoltés en suivant le volet 2 des Tutos de l'info pour écrire un article intéressant et clair.

Petite précision, les conseils qu'on te donne sur l'orthographe, la grammaire et le style sont valables pour tout ce que tu vas produire. Si tu fais une vidéo et que tu dis "y'a des gens qui **croivent** que la Terre est plate" ou "Martin, il faut qu'il **boit** son café pour être bien réveillé", ça ne va pas le faire !

#### 1/3 - ORGANISE TON ARTICLE

On te l'a déjà dit, un article, c'est pas une dissert' ! C'est pas un texte qui commence avec une introduction dans laquelle on définit les termes du sujet, on avance une problématique et on fait une annonce de plan. On n'enchaîne pas avec thèse, antithèse, synthèse. Et on ne fait pas une conclusion dans laquelle on résume tout ce qu'on vient de dire. On est plus libres !

Mais, comme tu le sais si tu as suivi le tuto #9, ça ne veut pas dire qu'on fait n'importe quoi ! D'ailleurs, on commence par faire... un plan détaillé !

Si tu as bien suivi ce tuto, pour faire un plan, tu sais qu'il **vaut mieux commencer par regrouper les idées qui vont ensemble**. Et qu'il **ne faut jamais perdre de vue ton angle, ton fil conducteur**. Pendant ta phase de recherches et pendant ta phase de reportages, tu vas trouver plein d'infos qui concernent de près ton sujet. Super !

Mais tu vas aussi trouver des infos qui n'ont rien à voir avec. Un conseil, si ça ne permet pas d'expliquer ton sujet, de l'enrichir, de le rendre plus vivant, plus compréhensible, ou d'apporter une preuve, ne t'en sers pas ! **Reste concentré sur ce que tu veux démontrer.**

Maintenant qu'on a effectué ce petit rappel, on peut y aller. On va commencer par t'expliquer comment est construit un article.

Ce qu'on trouve en haut d'un article, c'est... ? **Le titre** ! En gros, il s'agit d'une phrase qui résume plus ou moins cet article. Plus ou moins parce que le titre peut être assez sérieux et informatif, comme dans [cet article du Monde](#) intitulé "Insultes, avances répétées... Sur les sites de rencontre, le harcèlement des femmes est banalisé". On comprend tout de suite de quoi on va parler. Mais il peut aussi être constitué d'un jeu de mots, par exemple. C'est le cas de pas mal de titres qu'on retrouve dans le journal *Libération*. Topito en a même fait un top [que tu peux retrouver ici](#). Grand vainqueur pour Topito, "Lady dies" à la mort de Lady Diana en 1997. Cette princesse britannique était surnommée "Lady Di" et, comme tu le sais, "dies" est un verbe anglais qui veut dire "mourir". En deux mots, on comprend de quoi l'article va parler.

Après le titre, on trouve le **chapô**. Deux - trois phrases qui résument l'article et donnent envie au lecteur de le lire. Prenons un article écrit dans [La Voix du Nord](#) sur la braderie de Lille, sorte de grande brocante qui attire chaque année plusieurs centaines de milliers de personnes le premier week-end de septembre. Voici le chapô : *"Plus que six jours. Et dans les rues de Lille, à part quelques affiches, toujours aucun signe du chambardement à venir. Annulée sous la pression terroriste en 2016, la Braderie est de retour les 2 et 3 septembre. Sous une forme inédite, forcément."* En quatre phrases, on comprend le sujet : le retour de la Braderie en 2017 après avoir été annulée en 2016. Et l'angle : à quelques jours de l'événement, rien n'est encore en place dans la ville.

On trouve ensuite une ou plusieurs **photos** en lien avec l'article. Pour en savoir plus sur le rôle des photos de presse et les différents types de photos qu'on trouve dans les médias, va faire un tour sur le tuto #12 de notre chaîne. Si on reprend l'article de *La Voix du Nord*, on voit qu'il est accompagné d'une photo d'archive qui illustre bien l'événement en question. On y voit le stand d'un brocanteur.

Sache que la photo est toujours accompagnée d'une **légende**. Dans ce cas, la légende, c'est *"la façade de l'Esplanade reste le royaume des brocanteurs, tout comme désormais le boulevard de la Liberté. PH. ARCH. P. LE MASSON - VDN"*. La légende décrit bien la photo. Et, comme tu le remarques, elle est accompagnée du nom du photographe qui l'a prise, P. Le Masson. C'est ce qu'on appelle le **crédit**.

Après, on trouve l'article en tant que tel.

Au début d'un article, il faut toujours donner envie au lecteur de continuer à le lire et l'aider à comprendre le sujet. C'est à ça que sert l'**accroche**. Comme on l'a vu dans le tuto #9, ça peut être un chiffre : "41%. C'est le nombre de Français qui consultent leur téléphone en pleine nuit. Et pas pour regarder l'heure." Voilà une bonne manière d'introduire [une étude réalisée par le cabinet d'audit Deloitte en 2016 sur l'usage du téléphone en France](#). On peut aussi utiliser une citation : "J'ai toujours mon téléphone avec moi. Même au boulot." Comme 92 % des Français, Cyril utilise son téléphone au travail." Ou alors une description : "Cyril attend le bus. Très vite, il sort son téléphone et fait défiler son fil d'actu sur Facebook. Même chose un peu plus tard au moment de la pause, alors même qu'il est en train de parler avec ses collègues... Comme de nombreux Français, Cyril semble accro à son téléphone." Dans l'article de *La Voix du Nord*, le journaliste a choisi de commencer par une description : *"C'est calme. Trop calme. Six jours avant la Braderie, rien en ville ne laisse deviner l'imminence du grand chambardement. Nulle affiche improvisée, nul marquage à la craie, nulle tente, nul apéro pris sur une table de camping, nulle effervescence dans les rues de Lille."*

Une fois qu'on a introduit le sujet, **on développe**, on déroule nos arguments dans un ordre logique. Il faut qu'ils coulent bien de source, qu'on comprenne bien comment on passe de A à B.

En général, **on part de l'info la plus importante**, du coeur de notre sujet. Et ensuite, on développe, on affine, on élargit. Exemple : si écrit un article sur les villageois qui ne sont pas mécontents de vivre à la campagne, on va d'abord évoquer le fait que la majorité d'entre eux ne sont pas malheureux et ne voudraient pas déménager en ville. Avant d'expliquer pourquoi. Puis, éventuellement, de parler de ceux qui ont dû partir vivre à la campagne, car les loyers sont moins élevés, par exemple. Mais qui préféreraient effectivement vivre en ville s'ils en avaient les moyens. Surtout si ça les rapproche de leur boulot.

Ou alors, quand on traite d'une actualité qui évolue pendant plusieurs jours, semaines, mois, années... **on commence par l'info la plus récente** avant de développer, d'affiner et de rappeler le contexte. Exemple : si on assiste aux obsèques de Maëlys, on va d'abord raconter ce qui s'y passe, qui est présent, ce qu'ont déclaré ses parents... avant de revenir rapidement sur l'affaire et de rappeler comment la jeune fille a été enlevée, puis tuée, et où en est l'enquête.

Souvent, on développe **une idée par paragraphe**. Pour l'étayer, **on cite des éléments de preuve** : des chiffres, des témoignages... Si on reprend l'article de *La Voix du Nord*, le journaliste commence par parler sécurité. Avant d'expliquer les nouveautés de l'édition 2017. D'abord, le fait que seuls les Lillois peuvent participer à la Braderie. Ensuite, le retour aux traditions. Et enfin, l'attention portée à la qualité de la nourriture vendue. On reviendra sur la fin de cet article un peu plus loin.

Dans un article, on rapporte ce qu'on nous a dit. Et pas seulement des témoignages. On peut aussi citer un expert du nucléaire, un homme politique, un citoyen lambda qui donne son avis... Quand on rapporte les propos de quelqu'un, on appelle ça une **citation**. Dans un article, on les met entre guillemets. Dans celui de *La Voix du Nord*, par exemple, le journaliste cite Martine Aubry, la maire de Lille. Sache qu'on peut rapporter exactement ce que notre interlocuteur a dit, mais qu'on peut aussi réécrire un tout petit peu ses propos, notamment pour corriger une faute de grammaire, par exemple. L'essentiel, c'est de ne pas trahir le sens de ce qu'il voulait dire ! Par exemple, si Mme Michu nous a dit : "J'en ai marre des gens qui disent ouvertement : « Je suis raciste. »" On ne peut pas écrire : "Je suis raciste", confesse Mme Michu !

Parfois, tu peux trouver des citations extraites d'un article écrites en très gros en plein milieu du texte. Comme dans [cet autre article de La Voix du Nord sur des triplées qui ont eu leur permis de conduire le même jour](#). C'est ce qu'on appelle des **exergues**. Il s'agit d'une autre porte d'entrée vers l'article. Si la citation lui plaît, le lecteur va peut-être avoir envie de lire le reste. Un exergue permet aussi d'aérer un peu l'article. Sinon, on se retrouve avec une succession de gros pavés. Ça ne donne pas envie !

Il n'y a pas que les exergues qui permettent d'aérer un article. Il y a aussi les **intertitres**. Un intertitre, c'est beaucoup plus court. Ça peut être une très courte citation. Mais c'est souvent une toute petite phrase qui permet d'expliquer ce qu'on va dire derrière. Reprenons l'article sur la braderie de Lille. Au milieu du texte, il est écrit en gras : "*Le maximum.*" Il s'agit d'un intertitre qui aère l'article et qui fait le lien avec la partie suivante dans laquelle le journaliste explique que la ville a fait son maximum pour sécuriser l'événement.

Enfin, on termine par ce qu'on appelle une **chute**. Il s'agit d'une manière intéressante de terminer un article. Comme l'accroche, ça peut être une citation, un chiffre, une description... Dans l'article sur la Braderie, il s'agit d'une affirmation. Le principal sujet d'inquiétude ne sera pas la météo. Mais bien, on le comprend, la sécurité dont on a parlé au début de l'article.

## **2/3 - PAS DE FAUTES D'ORTHOGRAPHE OU DE GRAMMAIRE**

Rassure-toi, on ne va pas y passer trois heures. Rappelons simplement que les fautes te décrédibilisent. Si un lecteur repère une coquille dans ton article, il risque de remettre en question tout son contenu. "Comment je peux lui faire confiance s'il ne sait même pas écrire ?" Peu importe si tu as mené une enquête sérieuse, si tu as réussi à trouver plein de témoins...

Pour avoir une chance d'être pris au sérieux, suis ces quelques conseils :

- une fois que tu as terminé un article, **relis tout ce que tu as écrit attentivement.**
- écris dans un logiciel de traitement de texte comme Word ou LibreOffice et **passe le correcteur d'orthographe** ! Ca ne coûte rien et il repère déjà plein de fautes pour toi !
- **sers-toi de Google** ! Ou d'un autre moteur de recherche... Si tu as un doute sur la manière dont s'écrit un mot, il va te le dire. Ou du moins te renvoyer vers des dictionnaires en ligne, comme le *Larousse*. Même chose pour la conjugaison. Est-ce qu'on écrit "j'ai écrit" ou "j'ai écrits" ? Google te renvoie vers [un site dans lequel tu trouves le tableau de conjugaison du verbe écrire](#). Quand tu as un doute sur une expression, il est fort probable que tu ne sois pas le premier. Des gens ont certainement déjà posé cette question dans un forum. Va lire la réponse. Exemple : est-ce qu'on écrit "au temps pour moi" ou "autant pour moi" ? [Réponse](#) : "Au temps pour moi." Merci Google.

Bon allez, pour déculpabiliser, va faire un tour sur le site : "[Je révise mon français grâce à la presse](#)." Ce site est alimenté par Jérôme Delavenne, qui bosse à l'Ecole supérieure de journalisme de Lille. Il repère les fautes commises par des journalistes et les corrige. Ben quoi ? Personne n'est parfait !

### 3/3 - UN BON STYLE

On ne va pas t'apprendre à écrire comme Proust ou Balzac. Ce n'est pas l'objectif. On ne va pas te bassiner avec des figures de style non plus. On va simplement te donner cinq conseils très simples que tu peux suivre pour rendre tes articles plus vivants et compréhensibles :

- **fais des phrases courtes.** Les phrases trop longues et alambiquées, on ne les comprend pas !
- **ne néglige pas la ponctuation.** Les textes de dix lignes sans virgules ou sans points, c'est non !
- lis chaque phrase à voix haute et pose-toi cette question : "**Est-ce que je dirais ça dans la vraie vie ? Est-ce que je le dirais comme ça ?**" Si la réponse est non, change la phrase !
- **écris au présent.** C'est plus facile, plus dynamique et tu risques de faire moins de fautes. Le passé simple, c'est pour les romans. Et ça n'a rien de simple !
- **pense à qui tu t'adresses.** Ca peut aller de ton meilleur pote à ta grand-mère. Adapte le vocabulaire en fonction. Explicite les termes complexes ou qui pourraient ne pas être compris au besoin.

Allez, on te laisse. T'as le Bescherelle et le dico à réviser !