

Séquence 4 : Tu découvres la presse et tu apprends à critiquer l'information

Activité 1 : tu réalises la Une d'un journal



→ Atelier d'écriture

Activité 2 : tu fais la connaissance de certaines notions générales sur la presse

2.1. Quelques titres de journaux

En commun avec la classe, nous allons faire une liste des journaux belges et français que nous connaissons.

2.2. Les rubriques

Une rubrique est une division thématique du journal qui regroupe les informations par matières ou par centres d'intérêt. Quelles sont les rubriques qu'il peut y avoir dans un journal ?



2.3. Les fonctions de la presse

La presse remplit plusieurs fonctions dans la société. Explique avec tes propres mots les principales fonctions de la presse listées ci-dessous :

- fonction de connaissance et d'information :

- fonction de lien social :

- fonction citoyenne :

- fonction de guide des opinions :

- fonction de contre-pouvoir :

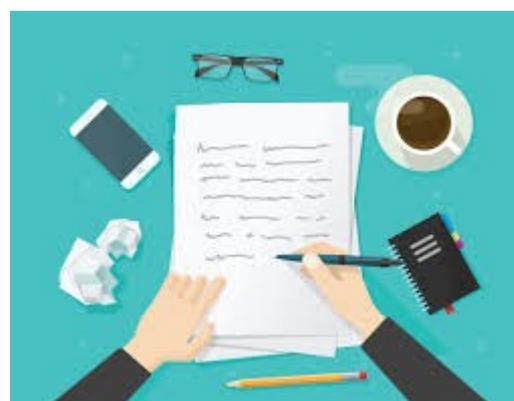
- fonction de divertissement :

- fonction de services :

- fonction d'écho social :

2.4. L'angle journalistique

Pour écrire son article, un journaliste va travailler sur deux axes. Le premier est celui du *traitement des informations*. Il donnera d'abord les informations qui selon lui sont les plus importantes pour finir par ce qu'il considère comme les informations les moins importantes. Le deuxième axe est celui de la *complétude des informations*. Pour savoir si son article est complet, il respectera la règle des **5 W** : **Who ? What ? When ? Why ? Where ?** En français, il s'agit de voir si l'article répond bien aux questions suivantes : qui, quoi, quand, pourquoi, où ? Questions auxquelles le journaliste ajoutera ensuite les informations moins importantes (combien ? comment?) puis les détails explicatifs. Le lecteur pourra ainsi voir directement si le sujet de l'article l'intéresse ou pas et poursuivre sa lecture ou passer à autre chose.



Exercice : la professeure va te donner des articles de journaux. Choisis-en un et détermine s'il répond bien aux 5 W. Sois également attentif à la présence d'une ou plusieurs illustrations (photo, dessin, infographie qui accompagne l'article).
Qu'apporte(nt)-elle(s) à l'article ? Donne(nt)-elle(s) un supplément d'information par rapport au texte ? Analyse maintenant le titre. Te donne-t-il déjà des informations sur l'article ? Te donne-t-il envie de lire cet article ? Pourquoi ?

Article n° :

Les 5 W :

-
-
-

-

-

Illustration :

Titre :

2.5. Les titres

L'importance d'un titre s'évalue à partir de plusieurs critères : la taille du caractère utilisé, son épaisseur (en gras ou pas), son style (italique, majuscules) sa largeur mesurée en nombres de colonnes qu'il surmonte. Pour retenir l'attention du lecteur toujours trop pressé, la presse multiplie les titres. On appelle ça la TITRAILLE qui offre un large éventail de possibilités :

- un **surtitre**, au dessus du titre, en caractères plus petits. Souvent, c'est un titre de rubrique ou le domaine général de l'article ;
- un **sous-titre** qui donne un petit élément supplémentaire et qui précise le titre ;
- un **chapeau** qui est un texte court, mis en valeur par la typographie, et qui introduit l'article pour inciter le lecteur à le lire dans sa totalité. On l'appelle « chapeau » parce qu'il se situe au dessus du corps du texte ;
- des **intertitres**, qui structurent et relancent l'intérêt lorsque le texte est long.



The image shows a screenshot of a news article header. The main title is "Pas-de-Calais: Il accuse son canari de planter du cannabis" in a large, bold, black font. Below the title is a sub-headline in a smaller font: "JUSTICE Au tribunal d'Arras, un individu accusé d'usage de stupéfiants a tenté de se dédouaner en mettant sur le dos de son canari la présence de plants de cannabis au domicile de sa mère...". Below the sub-headline is a row of social media sharing icons: Facebook (3K), Google+ (10), LinkedIn (6), and Pinterest (0). To the right of these icons are buttons for "IMPRIMER" and "ENVOYER". Below the social media icons is a large image of green cannabis leaves. To the right of the image is a section titled "DANS LA RÉGION" with a sub-headline: "21/03/16 | TELEVISION Dunkerque: «Cash Investigation» tacle le terminal méthanier et ses...".



L'article de presse obéit à des règles de présentation

Rubrique → Tarascon

titre → Une autre façon de découvrir la mer

chapeau → Une poignée de passionnés tarasconnais ont créé Pneumatique passion club Provence, l'un des quatre seuls clubs de France du genre. Montez à bord

illustration →

légende → A bord de son pneumatique, Jean-Claude Pérandois veut partager sa passion et faire découvrir les superbes côtes provençales, les côtes de la région, aux membres de l'association. (Photo J.-P.L.)

Attaque (introduction courte et concise, répondant aux questions QUI, QUOI, OU, QUAND ?) → C'est avant tout la passion de la mer qui a conduit Martial Minichelli, Michel Fiqueret et Jean-Claude Pérandois à créer cette nouvelle association. L'une est secrétaire-comptable, l'autre est agent de jouaillerie et le dernier cuisinier, mais ils ont tous trois des amoureux de la mer et des adeptes du pneumatisme. Afin de mieux pour, ils ont décidé de découvrir les merveilles océaniques de nos côtes, de mener des actions pour protéger la mer et surtout de faire partager leur passion.

Intertitre (mise en valeur d'une idée, relance le sujet) → Tout savoir sur l'association

Chute (conclusion, interrogation ou note d'humour) → "Il faut posséder un pneumatique avec un moteur, un permis de mer, être assuré et avoir et surtout posséder une quantité de sécurité. Pour terminer, il faut s'acquiescer d'une cotisation annuelle fixe à 46 €."

signature → Jean-Pierre Lepil

Exercice : retrouve les différents éléments de la titrairie dans les articles que te donneras ta professeure.

Les titres poursuivent des objectifs variés. Leurs **objectifs principaux** sont les suivants : **informer, intriguer, émouvoir et/ou choquer**. Certains titres seront donc plutôt informatifs et d'autres plutôt incitatifs (ou accrocheurs).

Exercice : la professeure va te lire toute une série de titres. Détermine quel est l'objectif principal de chacun d'entre eux.

Le **titre informatif**, comme son nom l'indique, donne des informations qui répondent à l'une ou plusieurs questions essentielles (cf. règle des 5 W). Ces titres exprimeront plutôt des sens propres, sans trop de connotation.

Le **titre incitatif** a pour rôle d'accrocher le lecteur en utilisant différents procédés : figures de style, humour, jeux de mots, proverbes détournés, expressions familières, etc. Les titres incitatifs vont jouer sur les sens figurés, avec beaucoup de connotation et des effets de style divers.

Exercice : tu vas recevoir deux articles. Pour chacun d'eux invente un titre informatif et un titre incitatif. Veille à ce que tes titres ne soient pas trop longs.

Article 1 :

titre informatif :

titre incitatif :

Article 2 :

titre informatif :

titre incitatif :

2.6. Connotation / dénotation

Nous avons vu que les titres informatifs exprimaient plutôt des sens propres et les titres incitatifs des sens figurés. Nous allons détailler ici ces notions.

Le **sens propre** d'un mot est appelé sa **dénotation**. Tous les mots ont une dénotation, c'est-à-dire un sens qui renvoie à ce que le mot désigne dans la réalité. La dénotation est précise et permanente. Elle est donnée par le dictionnaire.

ex. *Cochon* : animal (porc, sanglier)

Le **sens figuré** d'un mot est appelé sa **connotation**. Tous les mots peuvent avoir une ou plusieurs connotation(s), c'est-à-dire un sens supplémentaire selon le contexte et le locuteur (celui qui parle). La connotation d'un mot est secondaire et variable, elle provient d'une association d'idées.

ex. *Cochon* : grossier personnage, enfant malpoli ou sale.



Exercice : trouve la dénotation et un ou des connotation(s) pour les mots suivants :

- Noir :

- Crésus :

- Vert :

- Renard :

2.7. Information ou opinion ? La modalisation

On a vu que la fonction première de la presse est de donner de l'information. **Le traitement de l'information est toujours une question de sélection** (est-ce que je parle de ça ou pas) **et de mise en évidence** (est-ce que j'en fais un gros titre ou pas?). Ces deux principes sont régis par les choix du journal en matière d'orientation politique et idéologique (le journal est-il plutôt progressiste ou réactionnaire?) et de choix commercial par rapport au public cible du journal (mon public préférera-t-il un fait divers ou une analyse politique à la Une?). Dans tous les cas, les journalistes ont plusieurs options dans le traitement de l'information. Ils peuvent **dramatiser, amplifier, simplifier, insinuer, affirmer avec autorité ou simplement présenter les faits de la manière la plus neutre et objective possible.**

La **modalisation** va permettre au journaliste de véhiculer ses opinions et ses jugements ou ses émotions et sentiments à travers ses mots, de faire entrer sa **subjectivité** dans son discours.



Quels sont les indices de la subjectivité du locuteur ?

- le **vocabulaire appréciatif** (les termes mélioratifs ou péjoratifs) : « c'est un navet ! », « ils affament ces malheureux », « c'est un procédé génial », etc.

- des **tournures interrogatives, exclamatives, injonctives** : « et on ne ferait rien pour eux ? », « C'est tout ! »

- des modalisateurs comme des **adverbes ou locutions adverbiales** qui expriment la certitude ou le doute : sans doute, assurément, peut-être, etc.

« Ils manquent assurément de professionnalisme »

- des **verbes de jugement ou d'opinion** : prétendre, supposer, croire, penser, etc.

« On prétend que la télévision rend bête »

- des **verbes à valeur modale** (qui nuancent une affirmation en la renforçant ou l'affaiblissant) : il me semble que, j'avais l'impression que, il paraît que, etc.

- des **verbes au conditionnel** qui atténuent la certitude d'un propos, le mettent en doute : par exemple : « la télévision serait responsable de la violence » est très différent de « la télévision est responsable de la violence » ;

- des **procédés d'exagération, d'amplification** comme les superlatifs (le plus, très), les mots intensifs (si, trop, tant, etc.) ;

« Le plus beau spectacle de la saison », « On est passé si près du but »

- des **signes de ponctuation** (guillemets, parenthèses) et l'écriture en italique qui indiquent une prise de distance par rapport à ses propos.

« On n'en est plus au stade de l'*amateur*. » ; « “Terrible”, c'est ce que j'ai entendu à la sortie du cinéma. »

Exercice : les textes suivants sont-ils plutôt des textes informatifs ou des textes d'opinion ? Justifie ta réponse à l'aide des indices que l'on vient de voir.

Texte 1 :

Indices :

Texte 2 :

Indices :

Texte 3 :

Indices :

Texte 4 :

Indices :

2.8. Les articles d'opinion

Le journal propose souvent de la place pour des regards plus subjectifs, de la place pour des interventions personnelles où le locuteur (rédacteur en chef, journaliste, chroniqueur régulier ou invité extérieur au journal) peut exprimer directement ses opinions. Ces textes sont toujours signés par leur auteur qui assume personnellement ce qu'il écrit.

Voici quelques exemples de textes d'opinion dans un journal :

Le billet d'humeur : le billet présente de façon légère et humoristique un certain regard sur un fait d'actualité.

La chronique : la chronique commente l'actualité de manière régulière, elle est signée par une personnalité souvent extérieure au journal (écrivain, philosophe, avocat, professeur).

La critique : c'est un commentaire qui donne une opinion personnelle, positive, négative ou mitigée sur un fait culturel (livre, film, concert, exposition, etc.)

L'éditorial : l'éditorial est un texte qui engage la responsabilité morale de la rédaction (équipe de journalistes qui compose le journal) ; il est souvent rédigé par le rédacteur en chef et porte sur un sujet considéré comme essentiel par le journal.

La tribune libre ou la carte blanche : c'est un espace où une personnalité extérieure est invitée à s'exprimer sur une question d'actualité ou de société. C'est un lieu de débat où des idées parfois opposées peuvent s'exprimer.

La caricature : ce n'est pas un article à proprement parlé, mais bien un dessin qui exprime le point de vue, souvent humoristique et parfois décalé, d'un dessinateur sur l'actualité.



→ Lecture de quelques textes d'opinion.

Exprimer son opinion dans un journal revient à la défendre devant un certain nombre de lecteurs en vue de les convaincre. Pour ce faire, l'auteur du texte va utiliser toute une série de procédés argumentatifs. L'activité 3 de cette séquence te donnera tous les outils théoriques pour apprendre à convaincre. Elle sera complétée d'une série d'exercices.

3.3. Les stratégies de l'argumentation, exemple illustré

→ *La peine de mort : un thème sensible...*

Exercice : Lis les documents suivants :

Doc.1 Michel Sardou « Je suis pour » (1976)

Tu as volé mon enfant,
Versé le sang de mon sang.
Aucun Dieu ne m'apaisera.
J'aurai ta peau. Tu périras.
Tu m'as retiré du cœur
Et la pitié et la peur.
Tu n'as plus besoin d'avocat.
J'aurai ta peau. Tu périras.

[...]

J'aurai ta peau. Tu périras.
C'est trop facile et trop beau.
Il est sous terre. Tu es au chaud.
Tu peux prier qui tu voudras.
J'aurai ta peau. Tu périras.

Tu as tué l'enfant d'un amour.
J'aurai ta mort.
Je suis pour.

Doc.2

Le Nouvelliste (Trois-Rivières)
Opinions, vendredi, 20 juillet 2001, p. 6

Un cas pour la peine de mort

Vous pouvez être certains que jamais ils ne vont relâcher Mario Bastien par crainte de récidive. Mais qui paie son incarcération, son avocat, son psychologue, ses gardiens, le lavage de ses draps, sa nourriture? De plus, il est évident qu'ils l'ont isolé des autres détenus car sa vie serait menacée, comme si on s'en préoccupait de sa vie! Combien va-t-elle nous coûter la facture après plus de 25 ans?

Je comprends le gouvernement de ne pas appliquer la peine de mort car il est arrivé des cas d'erreur sur la personne, mais lorsque nous sommes sûrs et certains du coupable et qu'il y a des preuves indéniables ou des témoins officiels et encore mieux des aveux, pourquoi ne pas le passer sur la chaise électrique? Nous sommes sûrs que c'est lui. Il a avoué, il a conduit les policiers jusqu'au corps de la victime, un jeune garçon.

Qu'aurait fait la justice s'il avait commis ce crime au Texas? Qu'auraient fait nos ancêtres s'il avait commis ce meurtre il y a 150 ans?

Ce serait un service pour lui de l'injecter mortellement. J'aurais même souhaité qu'on l'enterre vivant à coups de pelle et de genoux comme il a fait lui-même. Humanitairement ça ne se fait pas mais pourquoi pas une piqûre ou une chaise électrique?

Non on ne le fait pas, il va passer sa vie sur le bras des travailleurs!

Christian Cyr Hérouxville

Doc.3

La peine de mort est parfois présentée comme le seul moyen efficace et approprié de prévenir et réprimer la criminalité, mais la sécurité d'une communauté dépend fondamentalement de la politique menée par ses responsables. Un taux de criminalité élevé est un problème de société dont l'histoire montre qu'il n'a jamais été résolu par la violence étatique. Comme le montre la suite du présent document, la peine de mort n'est pas un instrument de dissuasion plus efficace que des châtiments non violents.

La régression de la violence étatique n'engendre pas automatiquement un accroissement de l'insécurité dans la société. A titre d'exemple l'apparition du sursis à l'emprisonnement pour les délinquants primaires à la fin du XIX siècle s'est immédiatement traduite par une diminution de la criminalité dans les pays qui avaient adoptés ce principe. Après l'abolition de la peine de mort, en France le nombre de crimes de sang n'a pas augmenté, au Canada il a même diminué...

source: http://www.amnestyinternational.be/IMG/pdf/dazibao_pdm_sept2011_fr.pdf

Question : Quelle est la principale différence entre les arguments de ces trois textes sur la peine de mort ?



Persuader : jouer sur l'émotion et les sentiments du destinataire. On utilise des arguments persuasifs pour susciter chez l'interlocuteur une réaction découlant de ses valeurs, de ses repères culturels ou idéologiques. On table sur des éléments communs ou partagés pour obtenir son adhésion ou le sensibiliser à une problématique.

Ex. : *Comment peut-on être aussi sanguinaires et tuer des enfants avant même qu'ils soient nés ?* (contre l'avortement) → jeu sur les émotions, la sensibilité

Convaincre : faire appel à la raison. On utilise des arguments démonstratifs qui suscitent chez l'interlocuteur des réactions découlant de son esprit critique. On fait appel aux faits, à la logique d'un raisonnement pour obtenir du destinataire sa conviction.

Ex. : *Tous les hommes sont mortels, or je suis un homme, donc je suis mortel.* (syllogisme) → raisonnement par déduction

La frontière entre les arguments démonstratifs et les arguments persuasifs/émotifs n'est pas toujours étanche.

Activité 4 : tu apprends à critiquer l'information

Pour la suite de cette séquence, nous allons suivre deux ateliers réalisés par l'ASBL « Action médias jeunes » sur les arguments fallacieux et la capacité d'enquête en ligne.