

Écrire un article ou faire un journal...

GÉNÉRALITÉS

- **Dans un journal** comme dans une brochure, les pages n'appellent pas toutes de la même manière l'attention du lecteur. **En premier lieu viennent la première et la dernière page puis les pages centrales puis les pages de droite** (voir la position des pub dans les magazines), **enfin les pages de gauche**. Il faut tenir compte de cette hiérarchie dans le schéma d'enchaînement des articles ou des chapitres dans une publication.
- **Dans un article** le choix de **l'angle d'attaque** est fondamental :
 - **Sur cent lecteurs** d'un article bien rédigé,
 - 90 lisent les titres et légendes des illustrations (et vous-mêmes ?),
 - 75 le "chapeau" (brève introduction placée en tête du texte), 40 complètement le premier paragraphe,
 - 20 le texte en diagonale
 - et 5 le lisent entièrement avec attention ! Si l'article est mal présenté personne ne lit le texte !
 - Un titre court et percutant accroche l'attention et le "chapeau" pourra le compléter et introduire le corps du texte. Les sous-titres et les légendes des illustrations permettent de souligner les points forts du texte.
- **Il y a trois niveaux de lecture** :
 - - premier niveau (photo, dessins, titre et pub) ;
 - - deuxième niveau : les 3 premières phrases de l'article, les sous-titres et les 3 dernières phrases qui ne sont pas la conclusion mais reformulent le message initial, le chapeau ;
 - - troisième niveau : le texte de l'article (les caractères gras ou italiques accrochent l'oeil et relancent l'attention du lecteur).
- **Dans la vie courante nous n'utilisons finalement qu'un vocabulaire restreint en dehors du jargon technique propre à notre secteur d'activité.**
 - On ne manie en général couramment que deux à trois mille mots et **on éprouve des difficultés à saisir le sens des mots qui ne sont pas familiers**, c'est le niveau de lecture.
 - Il faut donc utiliser dans un article pour tous, un français fondamental dont on sera sûr qu'il sera compris de tous.
 - Si nous utilisons **des mots complexes techniques ou abstraits, définissons les au préalable en termes simples et imagés** : employons les ensuite sans risque d'incompréhension.
 - Idem pour les sigles et les néologismes (mots créés absents du dictionnaire ; ex : "chronophage", mangeur (phage) de temps (chrono)).
 - **Écrire les nombres en toute lettre ; éviter la forme passive, le passé simple et le futur et exclure le passé antérieur, imparfait du subjonctif** ... même si ça fait "riche".
 - Utiliser le présent, l'imparfait ou le passé composé qui sont de très loin les plus usités dans la conversation courante. On ne dit plus "hier, je pris un bain" mais "hier, j'ai pris un bain"...
 - **N'utiliser que des phrases courtes** : une principale et, au plus, une subordonnée.
 - Éviter les inversions en respectant la séquence "**sujet-verbe-complément**".
 - **Limiter les phrases à vingt quatre mots** (les traitements de texte font le décompte), soit deux à trois lignes dactylographiées en utilisant des **mots qui**

ne comportent pas plus de trois syllabes ou dix caractères.

- **Le plan**

- Le plan revêt une importance primordiale pour faire passer un message. Il faut **inverser le style qu'on emploie habituellement pour les dissertations scolaires**, aussi bien pour les rapports que pour les articles : **placer les conclusions, les propositions, les décisions... en-tête.**
 - Cela heurte des siècles de formation mais permet de gagner en efficacité et clarté. L'exposé des faits, l'analyse, l'examen des solutions possibles seront placées dans la suite du rapport ou en annexe.
 - Il faut concerner le lecteur et non pas lui décrire une démarche de travail qui ne l'intéresse pas. Si elle l'intéresse il fera l'effort de lire la suite, ailleurs.

Il en est de même en communication orale, le message percutant doit "ouvrir". Sinon l'auditeur ou le lecteur somnole dès le premier paragraphe lu ou énoncé et "zappe"... pour ne rien retenir.

- Le style employé par certains administratifs du temps passé, qui croient gagner une négociation en soliloquant pour, justement, endormir est obsolète : il date du temps de la "**hiérarchie du verbe et du savoir**" or nous sommes dans un temps où l'instruction a été diffusée plus largement, un temps de la "**hiérarchie de compétence**".
- On apprécie certes à la musique des mots (qui s'adressant à l'affectif détermine l'ouverture des voies d'attention de l'intellect), mais on s'intéresse au fond : aux idées véhiculées et aux faits.

- **Les illustrations**

- **Leur choix est capital.** Que ce soient les photos, dessins, schéma dépouillé et la typographie, ainsi que la mise en page.

UN JOURNAL

JOURNAL EXTERNE

- **Il participe à la construction de l'image de marque.** Il ne contient que des informations générales positives destinées à une cible : CA, DDAS, maires... tous les interlocuteurs/décideurs. De plus il valorise les publicistes qui en principe financent son impression.
 - Dans ce cadre, la qualité "glacée" du papier et des articles est concevable. Sa réalisation doit être confiée à un imprimeur ou à une cellule imprimerie interne équipée, et son contenu défini par un groupe de pilotage qui détermine le message qu'il désire transmettre en fonction de la cible.
- **Si la qualité réelle du "produit" est en miroir, ce journal amplifie la notoriété. Dans le cas contraire elle accélère la chute par bouche à oreille négatif.**
- Il n'est pas possible dans un journal externe d'insérer des informations à usage interne car elles laisseraient les lecteurs "hors mur" et les annonceurs.

FEUILLE D'INFORMATION INTERNE

- **Communication transversale entre les services**, elle joue un rôle positif dans le management en créant un lien.
 - Cette publication est axée sur l'efficacité et la convivialité plus que sur l'apparence.
 - Le groupe de pilotage qui choisit un plan du contenu doit comprendre un représentant volontaire de chaque service, susceptible d'apporter des informations. Un rédacteur en chef tournant est responsable du choix des informations à retenir en

fonction de la place et sollicite l'écriture individuelle ou collective des articles car cette feuille ne crée de lien que si elle utilise les ressources des employés de l'établissement.

- **Dans le cas contraire elle n'est qu'une circulaire de plus... qu'on ne lit pas.**
- **Son premier rôle est de dire : Qui fait quoi ? Où ? Comment ?**
- **Son deuxième rôle est d'informer sur l'activité et d'expliquer certaines circulaires intéressantes pour le personnel.** Son troisième rôle est un rôle de formation aux relations humaines (conduite de réunion...). Son quatrième rôle, celui de service : associations, annonces, mariages ...

Son support est le papier normal A4, son nombre de pages est variable, et son impression est de couleur bleue pour trancher avec les circulaires. Si sa réalisation peut être externe, sa création doit être informatisée en interne pour créer des compétences nouvelles qu'on pourra utiliser en urgence.

Son contenu doit faire une place à l'humour car il n'est pas nécessaire d'être triste pour être sérieux.