



● **FABRICATION**
Naissance d'un journal p. 2
La fabrication d'un journal débute dans la salle où travaillent les journalistes et se termine à l'imprimerie.



● **VITRINE**
À la une p. 3
Un journal est vu avant d'être lu. Et ce que l'on voit de lui à la librairie, c'est sa première page. C'est elle qui donne envie de lire le journal.



● **MON JOURNAL**
Et si on se lançait? p. 4
Si vous avez envie de fabriquer votre propre journal en classe ou avec vos copains..., cette page est pour vous.

Dans les coulisses d'un journal

Qui vous informe lorsque Kim gagne un tournoi de tennis? Une guerre éclate quelque part dans le monde, qui vous explique pourquoi? Qui vous dit quel temps il fera demain? La presse (ensemble des journaux), évidemment, qui recherche les informations et les diffuse (transmet).

La presse a plusieurs visages. Il y a la presse écrite qui rassemble les journaux, les magazines d'actualité, les revues... Les journaux parlés à la radio, les journaux télévisés, les émissions de reportage à la télé... font partie de la presse audiovisuelle. Depuis quelques années, la presse se développe aussi sur Internet. Journaux, télévision, radio, Internet sont des médias (moyens de communication par lesquels des informations sont données au public) qui permettent d'être rapidement au courant de ce qui se passe dans une région, un pays, dans le monde. Il n'en a pas toujours été ainsi. Durant des siècles, les nouvelles

circulent principalement par voie orale (de bouche à oreille). On est parfois mis au courant d'un événement des semaines, voire des années après qu'il se soit passé. Puis, l'Allemand Gutenberg invente l'imprimerie vers 1440. On peut désormais reproduire des textes en de multiples exemplaires. Ceux-ci peuvent être distribués partout grâce aux services postaux qui sont organisés vers la fin des années 1400.

● **L'aventure commence**
Il faut attendre la fin des années 1500 pour voir apparaître les premiers imprimés d'information. Ce ne sont pas encore de vrais journaux car ils ne sont pas publiés régulièrement. Ils sont imprimés seulement à l'occasion d'un événement important. Mais la grande aventure de la presse écrite est lancée. Ce dossier propose de vous plonger dans cet univers de papier. En page 4, on vous donne quelques pistes pour lancer votre propre journal.



Photo Editions de l'Avenir

Un petit tour à la librairie

La presse écrite rassemble un grand nombre de journaux et revues très différents.

Le mot presse désignait autrefois la machine avec laquelle on imprimait. Au fil du temps, ce sont les publications (journaux, revues...) qui paraissent périodiquement (à intervalles réguliers) que l'on a appelés ainsi. Quand on parle de presse audiovisuelle (radio, télé...) et de presse sur Internet, le mot désigne plutôt l'action d'informer.

Quand on parle de journaux, on pense directement aux quotidiens (journaux qui paraissent chaque jour). Il existe des journaux qui sont hebdomadaires (imprimés chaque semaine), mensuels (publiés tous les mois), bimensuels (qui paraissent toutes les 2 semaines), trimestriels (imprimés tous les 3 mois)...



Un quotidien vit et meurt en 24 heures. Après, ses infos sont dépassées.

En général, les quotidiens sont imprimés sur un papier moins épais (on parle de papier journal) que les journaux qui ont une périodicité (un intervalle entre 2 publications) plus longue. Ceux-là sont généralement imprimés sur du papier plus lourd, plus blanc, et parfois brillant. Ces journaux sont aussi appelés magazines. La durée de vie d'une publication

est celle de sa périodicité. Passé ce délai, les informations qu'il contient sont dépassées. Ainsi, un quotidien vit et meurt en 24 heures, un hebdomadaire en 1 semaine...

Les journaux et revues que l'on trouve à la librairie peuvent être classés dans deux grandes catégories selon le type d'informations qu'ils contiennent : On parle de

presse d'information générale et de presse spécialisée.

La presse d'information générale traite de tout ce qui fait événement (fait nouveau qui sort de l'ordinaire) dans une région, un pays, dans le monde, etc. Elle s'adresse à un large public. Le mot « généraliste » est utilisé pour tous les médias (journaux, radio, télé...) qui diffusent ce genre d'informations. La presse spécialisée s'adresse à un public bien précis (les enfants, les femmes, les amateurs de sport, d'art, les hommes d'affaires, les collectionneurs) ou donne des informations sur un sujet très ciblé (la chasse, le foot, etc.).

● Quels quotidiens ?

En 1950, en Belgique, 27 groupes de presse (entreprises qui publient des journaux) éditaient (publiaient) 31 titres de journaux quotidiens d'information générale en langue française. Aujourd'hui, il y a 11 journaux quotidiens francophones en Bel-

gique qui appartiennent à 3 grandes entreprises de presse : Rossel (*Le Soir*, *La Nouvelle Gazette*, *la Meuse...*), IPM (*La Libre*, *La Dernière Heure*) et Corelio. Ce dernier groupe édite des quotidiens flamands comme *De Standaard*, *Het Nieuwsblad* ainsi que les 9 éditions régionales du quotidien francophone *L'Avenir*. Il édite aussi un hebdomadaire qui s'appelle... le JDE!

Certains de ces journaux tirent (sont imprimés) à plus de 100 000 exemplaires par jour, d'autres à 50 000 ou moins. Un grand nombre de quotidiens sont achetés chaque jour, au numéro, à la librairie ou par abonnement. C'est la diffusion payante (vente de journaux). Chaque jour, des exemplaires restent invendus, appelés bouillon. Les éditeurs de journaux essaient d'avoir le moins de bouillon possible car l'argent, que ces invendus ont coûté pour être fabriqués, est perdu.



Depuis l'apparition du premier vrai journal en 1631, la presse écrite a bien changé.

On considère généralement que le premier vrai journal date de 1631. Il s'appelle *La Gazette de France*. C'est un hebdomadaire de 4 pages créé par le Français Théophraste Renaudot. On y lit essentiellement des nouvelles de l'étranger et des récits d'événements exceptionnels. D'autres journaux voient le jour en France mais aussi dans d'autres pays (Grande-Bretagne...) mais ils se vendent mal. Leur prix est trop élevé.

● La presse grand public

Durant les années 1800 et le début des années 1900, la presse se développe. Les journaux se vendent mieux parce que leur prix de vente baisse et que plus de gens apprennent à lire. Plusieurs raisons expliquent que les journaux se vendent moins cher. À cette époque, les techniques d'impression évoluent (on invente des nouvelles machines). On peut imprimer plus de journaux en moins de temps (cela fait baisser leur prix). On introduit aussi des annonces publicitaires payantes dans les pages des journaux. L'argent que cela rapporte permet de payer une partie des coûts de fabrication des journaux, ce qui fait



Il y a des journaux et des magazines pour tous les goûts.

Photo Editions de l'Avenir

baisser leur prix de vente. Aujourd'hui encore, la publicité et les annonces financent (fourmillent l'argent nécessaire) en partie les journaux. Beaucoup de quotidiens que vous voyez aujourd'hui chez le libraire ont été créés dans les années 1800 (*Le Soir*, *La Libre...*) ou au début des années 1900 (*L'Avenir*, le titre néerlandophone *De Standaard...*), à une époque où la presse écrite n'avait pas de véritables adversaires en matière d'information. La radio et la télévision ne s'étaient pas encore répandues. Les journaux de cette époque étaient en noir et blanc. Le 20^e siècle (années 1900) est marqué par l'apparition de la ra-

dio, de la télévision et d'Internet. La presse écrite n'est plus la seule à donner des informations. Du coup, les journaux se vendent moins bien.

● La presse écrite s'adapte

Pour continuer à attirer des lecteurs, la presse écrite s'est adaptée. Les journaux sont devenus plus attrayants (introduction de la couleur, de photos, textes moins serrés...) et la presse s'est diversifiée (devenue plus variée). On a commencé à voir apparaître des publications (journaux, revues...) qui s'adressent à un type de personnes en particulier : aux femmes, aux jeunes,

aux amateurs de sport, aux hommes d'affaires...

À partir des années 1980, les ordinateurs ont envahi le monde de la presse. Tout le processus de fabrication des journaux s'est informatisé (des ordinateurs sont utilisés à tous les stades de fabrication). Le développement d'Internet a poussé la presse écrite à s'adapter de nouvelle fois. Pour attirer de nouveaux lecteurs, la plupart des journaux ont créé leur propre site Internet. Celui-ci est souvent un complément du journal papier. La façon dont la presse écrite traite l'actualité, la commente, l'analyse explique pourquoi elle survit aux nouveaux médias.

REPÈRES

■ Le mot gazette est un autre terme employé pour désigner un journal. Il vient de l'italien «gazzetta» qui désignait une pièce de monnaie en échange de laquelle on achetait un journal imprimé à Venise au 17^e siècle (les années 1600).

■ C'est le Français Émile de Girardin qui, le premier, a eu l'idée d'introduire des annonces publicitaires payantes dans son journal, appelé *La Presse*. On était en 1836.

■ La publicité et les annonces assurent parfois plus de 50% des recettes (argent que l'on gagne) d'une entreprise de presse. Sans la publicité, les journaux seraient beaucoup plus chers.

■ Un journal est vendu 2 fois : à ses lecteurs et aux annonceurs publicitaires qui paient pour insérer (mettre) de la publicité dans ses pages.

Le lire peut servir

Un journal est utile dans la vie de tous les jours. Quels services rend-il ?

Il sert à informer. Le journal tient le lecteur au courant des événements importants se produisant dans la ville, la région, le pays, le monde. Il fournit des résultats sportifs, les dernières nouvelles d'un conflit. Il traite de sujets plus généraux concernant la santé, la vie en société, le cinéma... La presse écrite n'est pas la seule à donner des informations mais elle le fait de façon plus détaillée que la radio, la télé. En même temps, c'est souvent parce qu'il y a des images à la télé ou qu'on en parle à la radio qu'un événement est connu du public. On lit ensuite un journal pour avoir plus de détails. On y trouve des explications, des synthèses, des reportages, des infographies (informations expliquées à l'aide d'un dessin, d'un graphique...).

Il aide à se faire une opinion (un avis). À travers certains articles comme les éditoriaux, les billets (voir encadré «Quels articles» page 3), des explications, des analyses, ...

Un journal aide le lecteur à se faire une opinion sur les événements, sur la manière dont le monde fonctionne. Les lecteurs attendent des journaux et des revues qu'ils vérifient les événements (voir si c'est vrai), les expliquent, les analysent.

Il rend service. Le journal fournit des informations pratiques : météo, programmes télé, petites annonces, offres d'emploi (voir photo), nécrologie (où des décès sont annoncés)...

Il offre une occasion de détente. Un journal informe sur les sorties cinéma, les concerts, ... Il présente des jeux, des mots croisés, des planches de BD, des blagues, ...



Photo Reporters

Un journal naît à la rédaction

La fabrication d'un journal commence à la rédaction (où les journalistes rédigent).

Beaucoup d'informations arrivent chaque jour à la rédaction. Les journalistes consultent en permanence les dépêches. Celles-ci sont des informations que les agences de presse (entreprises qui vendent des informations) envoient aux rédactions. Ils sont à tout moment au courant des nouvelles politiques, économiques (commerce et industrie), sportives, culturelles ... en Belgique et aussi dans le monde. Des informations parviennent à la rédaction par lettres, e-mails, téléphone... Les journalistes sont invités à des inaugurations d'expositions, à des conférences de presse (réunions où quelqu'un regroupe des journalistes pour leur donner des informations). Ils reçoivent des dossiers de presse (documents qui présentent un musée, un livre, une activité, une nouvelle loi...). La rédaction est également attentive à ce qui se dit dans les autres médias (journaux, TV, radio, Internet). Les journalistes tiennent compte des événements prévisibles (fêtes, compétitions sportives...). Ils font aussi des recherches personnelles pour trouver des informations (enquêtes, repor-



Photo Editions de l'Avenir

C'est l'heure pour les journalistes de se répartir le travail et de rédiger.

● Sélectionner

La rédaction se réunit pour décider du contenu du journal. Elle trie les informations (lesquelles sont importantes ? Lesquelles sont urgentes ?) et les vérifie (est-ce vrai ou pas ? Qui a dit ça ?). Puis vient le moment de sélectionner (choisir) celles qui seront développées dans le journal. Pour choisir, la rédaction tient compte de ce qui fait l'événement (ce qui est un fait nouveau qui sort de l'ordinaire). Elle tient compte aussi de ce qui intéresse les lecteurs. Il faut ensuite répartir les sujets dans les pages, décider lesquels seront les plus importants, les plus longs, les mieux mis en évidence. Il faut déjà penser à la mise en page (mise en forme du journal), aux photos, aux infographies. Le journal doit avoir des entrées (en-

cadrés, légendes, titres... qui sont autant d'occasions de commencer la lecture dans une page) et un rythme (pour que le lecteur parcourt les pages avec surprise et intérêt).

● Traiter l'information

C'est l'heure de se répartir le travail. Seul ou avec le rédacteur en chef (le responsable d'une rédaction), le journaliste décide la manière dont il va traiter son sujet. Quel sera le message essentiel de l'article ? L'information sera-t-elle traitée sous forme de récit, d'interview ... ? Sera-t-elle accompagnée de commentaires, d'analyses ? Ensuite, le journaliste se documente (cherche des renseignements dans des livres, auprès de spécialistes, sur Internet, ...) sur son sujet et rédige son article.

La une : la vitrine d'un journal

La première page d'un journal s'appelle la une. C'est elle qui doit attirer le lecteur.

Un journal est vu avant d'être lu. Et ce que l'on voit de lui quand on entre dans une librairie, c'est sa première page que l'on appelle la une. C'est elle qui doit donner envie d'acheter et de lire le journal.

La une est le reflet du journal. Son aspect, le choix des titres, des informations qui y sont proposées ... sont autant d'indications sur la ligne éditoriale d'un journal. La ligne éditoriale est l'ensemble des valeurs (ce qui est important) et des critères (ce qui permet de juger) qui guident les journalistes dans le choix des sujets, dans la façon d'en parler, dans le ton qu'ils emploient pour écrire, etc.

● À la une, il y a ...

Si vous comparez les unes de plusieurs journaux, vous verrez qu'elles ont toutes un aspect différent. Il y a cependant des éléments communs à toutes. Lesquels ? (Pour visualiser les différents éléments, observez la une du Journal des Enfants ci-contre). À la une des journaux, on trouve **un bandeau** : espace qui traverse horizontalement le haut de la page et qui contient le nom du journal, la date, le nu-



méro de l'édition... Dans certains cas, les coins supérieurs gauche et droit de la une peuvent être occupés par **une oreille**. C'est un espace encadré servant d'accroche (un élément visuel ou un court texte mis en valeur pour attirer le lecteur). Dans le JDE, l'oreille annonce

en général un dossier ou un concours.

La manchette est le titre large et en gros caractères du sujet principal de la une. Ce sujet est celui que la rédaction (ensemble des journalistes d'un journal) considère comme le plus important de la période (jour, se-

maine...). Il doit accrocher l'attention du lecteur. La manchette est généralement accompagnée d'une illustration (photo, dessin,...). Le court texte qui décrit une photo s'appelle **une légende**.

Souvent, la une contient **un sommaire**. Celui du JDE occupe le bas de la une. C'est une sorte de table des matières qui annonce certains articles des pages intérieures du journal. Le sommaire attire l'attention des lecteurs sur certains sujets.

● Dans un article, il y a ...

Certains journaux, comme le Journal des Enfants, proposent des articles complets en une. D'autres ont des résumés ou des débuts d'articles en une avec un renvoi aux pages intérieures pour plus de détails. Un article est souvent introduit par **un chapeau**. C'est un texte court qui donne une idée générale du contenu d'un article et qui invite le lecteur à poursuivre sa lecture. La lettre de couleur plus grande que les autres qui introduit l'article est **une lettrine**. Pour rendre la lecture de l'article plus facile, on y introduit **des intertitres**. Ces sous-titres permettent d'aérer le texte et de souligner les grandes étapes de l'article. Ils relancent l'intérêt du lecteur. Certains articles sont accompagnés par **un encadré**. Celui-ci donne des informations complémentaires à l'article dont il dépend.

Presse écrite



DICO

- Tout métier a son langage particulier. Voici quelques mots utilisés dans la presse :
- **Bouclage** : mise en forme définitive d'une page (textes et illustrations) avant correction. En principe, au bouclage, on ne peut plus rien changer mais souvent, des pages peuvent être refaites, si un événement important survient.
- **Bon à tirer (BAT)** : dernier contrôle des pages avant le départ à l'imprimerie.
- **Brève** : information rédigée sous forme d'un texte très court.
- **Coquille** : faute d'orthographe, d'impression.
- **Ours** : encadré où sont indiqués les noms et fonctions de ceux qui travaillent pour le journal (rédaction, services commerciaux...).
- **Scoop** : information exclusive (qu'un journal est seul à posséder).

En route pour l'imprimerie

L'impression du journal se fait sur des presses rotatives. Des élèves de l'école communale de Racour (province de Liège) ont visité l'imprimerie Corelio à Grand-Bigard (près de Bruxelles). Le JDE s'est glissé dans le groupe.

Le Journal des Enfants est imprimé chez Corelio à Grand-Bigard. Cette entreprise imprime de nombreux autres périodiques. Citons *De Standaard*, *Het Nieuwsblad*, *L'Avenir*, *Passe-Partout*...

Les classes de 5^e et 6^e primaires de l'école communale de Racour ont comme projet de réaliser leur propre journal à l'école. Avant de se lancer, elles observent les quotidiens, les revues et étudient les étapes de leur fabrication.

À leur arrivée à l'imprimerie, Madame Vanspauwen, leur guide, explique qu'elles vont devoir voir un film qui montre les étapes de fabrication d'un jour-

nal ... de Z à A. Cela veut dire que l'on suit le processus de fabrication en partant d'un article publié dans un journal et en remontant dans le temps. On voit d'abord les paquets de journaux arriver à la librairie, puis l'impression, le travail à la rédaction... C'est très rigolo car le film est projeté à l'envers. Les acteurs marchent en reculant, de l'eau renversée retourne dans son verre...

● Préparation de l'impression

Les enfants se rendent ensuite dans l'atelier d'imprimerie. Les techniciens préparent la rotative (machine qui imprime le journal) pour une impression. La machine occupe une immense salle et est haute de plusieurs étages. Pour faire un journal, on a besoin de gros rouleaux de papier et d'encre. Notre guide nous emmène à la réserve de papier. Les bobines font 1,5 m de diamètre et pèsent de 1400 à 1500 kg (photo ci-contre) ! un rouleau contient environ 20 km de papier.

En imprimerie, on utilise 4 couleurs : noir, yellow (jaune), magenta (rouge) et cyan (bleu). En les mélangeant, on obtient tous les tons. Un titre vert s'obtient en l'imprimant une fois en jaune et une fois en bleu au même endroit précisément.



Photo Editions de l'Avenir

Lorsque l'ordinateur de l'imprimerie reçoit les pages du journal, il décompose chaque page dans les 4 couleurs. Les techniciens gravent 4 plaques en aluminium par page, une par couleur. Les plaques subissent un traitement spécial pour que l'encre s'accroche aux endroits voulus. Les plaques sont ensuite fixées sur la rotative. L'impression peut commencer.

● L'impression

La rotative peut démarrer. Le bruit devient vite assourdissant. Une bande de papier passe autour d'un rouleau. En faisant le tour de ce rouleau, elle est pressée entre 4 autres cylindres de caoutchouc. Chaque rouleau de caoutchouc est comme un tampon encreur : il reproduit sur le

papier les motifs qui ont capté l'encre sur les plaques d'aluminium.

En passant contre les 4 rouleaux encreurs, le papier est imprimé en quadrichromie (4 couleurs) sur une face. Il poursuit son chemin pour être imprimé sur l'autre face. Le papier progresse à grande vitesse dans la machine. « Wou », s'exclament les enfants. C'est le côté spectaculaire de la visite !

Les techniciens veillent à ce que les pages soient imprimées dans le bon ordre et que les couleurs se superposent sans décalage. Ils règlent aussi la quantité d'encre qui est envoyée sur les rouleaux. Les journaux sont ensuite coupés, pliés, mis en paquets. Ils sont prêts à être livrés et à commencer leur vie.

QUELS ARTICLES ?

- Un journal contient différents genres d'articles :
- Des articles d'information qui décrivent un événement de façon claire, précise et objective (sans que l'auteur exprime son opinion personnelle) ;
- Des reportages dans lesquels le journaliste raconte ce qu'il a vu ;
- Des interviews où le journaliste retranscrit une conversation qu'il a eue avec une personnalité ou un spécialiste ;
- Des enquêtes qui présentent un travail de recherche réalisé sur un sujet par un journaliste ;
- Des analyses où un événement est étudié en profondeur et qui offre au lecteur des pistes (idées) de réflexion ;
- Un éditorial où le journaliste exprime son opinion sur un fait d'actualité. Celui-ci est le reflet de l'opinion du journal ;
- Des billets dans lesquels les journalistes font part, souvent avec humour, de leurs réactions face à un événement.



Photo Editions de l'Avenir



Voici mon journal

Vous avez envie de créer votre journal ? Voici un petit mode d'emploi qui vous permettra de vous lancer dans l'aventure.

L'idée de réaliser un journal germe souvent à l'école, dans une classe, dans un club, un mouvement de jeunesse, chez une bande de copains. Il vaut mieux être plusieurs à se lancer dans l'aventure car faire un journal demande de multiples talents : écrire, mettre en page, dessiner, photographier, ... Avant de vous lancer dans la réalisation proprement dite, posez-vous quelques questions.

À qui s'adressera votre journal ? À d'autres jeunes ? À une école (élèves, professeurs, parents) ? Aux membres d'une troupe scout ? ...

De quoi traitera votre journal ? Quels grands thèmes va-t-on y trouver ? Pour répondre à cette question, demandez-vous ce qui intéressera vos lecteurs (le sport, les événements de l'école, la musique, la nature...). Vous pouvez réaliser une petite enquête, sous forme de questionnaire, pour connaître leurs goûts et leurs attentes.

À quelle fréquence paraîtra votre journal ? Tous les mois ? Avant chaque grand congé scolaire ? À un rythme irrégulier, en fonction des événements par exemple ?

● Penser le journal

L'étape suivante est d'organiser le journal. **Comment va-t-il s'appeler ?** Ce nom doit refléter sa personnalité et être attrayant. Choisissez ensuite **le format** du journal (A4, A3 = taille des pages) et son **aspect** (sera-t-il écrit en noir sur papier blanc ou sur pa-



Photo Editions de l'Avenir

Avant de créer votre journal, observez ceux qui existent.

pier de couleur, tout en couleur?). Ces deux points dépendront des techniques d'impression.

Vous pouvez maintenant réfléchir au nombre de pages que comportera votre journal et au contenu général de chacune d'entre elles. Où se placeront les différents grands thèmes et rubriques ? L'ensemble du journal doit être rythmé, de façon à faciliter la lecture.

Reste à définir l'aspect graphique (présentation) des pages.

Quelle sera la taille de la marge (espace vide de 1 à 2 cm sur le pourtour de la page), la hauteur et la largeur des colonnes dans lesquelles s'inscriront le texte et les illustrations ? Quelle police de caractères (dessin des lettres) allez-vous choisir ? Pour répondre à ces questions, examinez les possibilités qu'offrent les programmes dans lesquels vous allez travailler sur l'ordinateur. Certains offrent

plus de possibilités que d'autres. Dessinez les différents éléments sur une page pour visualiser le résultat. Soignez la présentation de la une, c'est la vitrine de votre journal.

Place maintenant à la fabrication du premier numéro. **Répartissez les différentes tâches** (écriture

des articles, mise en page des articles, photos, impression, assemblage des pages...) au sein de l'équipe. Chacun doit connaître son rôle et s'y tenir. Pensez aussi à désigner un responsable (un adulte peut-être ?) qui supervisera l'ensemble de la fabrication du journal. Bon amusement.

ET LES SOUS ?

N'oubliez pas que la réalisation d'un journal, même artisanal, coûte de l'argent (papier, photocopies, impression...). Allez-vous le vendre ? Ou sera-t-il gratuit ? Dans ce cas, qui prendra les coûts de fabrication en charge ? Vous, avec l'argent de votre tirelire ? Vous pouvez essayer d'obtenir l'aide financière (l'argent) de votre école, de votre commune, de votre club, ... Vous pouvez aussi essayer de trouver de l'argent grâce à l'insertion d'an-

nonces publicitaires dans votre journal.

Si vous décidez de vendre votre journal, il faudra fixer son prix. Ce n'est pas facile. Son prix de vente dépend des coûts de fabrication. Essayez de les évaluer précisément. Il faudra ensuite vendre assez de journaux pour couvrir toutes les dépenses. Mais si le prix du journal est trop élevé, il risque de mal se vendre. Quelques publicités peuvent faire baisser son prix de vente.

PLUS D'INFOS

■ Dans le cadre de l'opération «Ouvrir mon quotidien», le site des journaux francophones belges propose un journal de bord permettant de comprendre comment fonctionne la presse écrite. Il y a un journal de bord destiné aux élèves et un journal de bord spécial enseignants. Cliquez sur l'onglet : ouvrir mon quotidien (rubrique matériel pédagogique).

www.jfb.be

■ L'Association des journalistes professionnels (AJP) organise l'opération «Journalistes en classe» qui permet la venue d'un journaliste professionnel en classe. Inscription obligatoire. Des documents pédagogiques sont également disponibles. Sur le site de l'AJP, cliquez sur : journaliste en classe.

www.ajp.be



Photo Editions de l'Avenir

Construire un article, choisir une illu

L'écriture d'un article obéit à des règles précises. L'illustration le complète. Petits conseils.

Un article est parsemé de repères qui accrochent le lecteur et lui permettent d'entrer progressivement dans une lecture plus détaillée : titre, chapeau, intertitre... (voir page 3). Un bon titre est court, précis et adapté au contenu de l'article. Il peut être informatif (indique le sujet de l'article) ou incitatif (accroche l'attention du lecteur).

En plus des intertitres, mieux vaut aménager des paragraphes dans l'article pour faciliter encore plus la lecture.

● De l'introduction à la chute

Le premier objectif (but) d'un article est de faire comprendre l'essentiel d'une information au plus grand nombre de lecteurs

possible. Pour cela, il doit être clair et bien structuré (que les idées s'enchaînent bien). Avant d'écrire le texte, jetez sur papier les idées principales et structurez-les.

Un article de presse suit un plan précis. On part de l'information la plus importante pour fournir ensuite plus de détails. L'article doit essayer de répondre à ces questions de base : Que s'est-il passé ? Qui est impliqué ? Où et quand cela s'est-il produit ? Comment et pourquoi cela s'est-il produit ? L'article se termine par une chute (une fin) qui peut être originale, humoristique, ouvrant de nouvelles pistes de réflexion...

Lors de la rédaction, mieux vaut s'exprimer avec des mots simples et précis en phrases courtes. Demandez-vous si vos lecteurs vous comprendront bien. Une fois rédigé, relisez l'article pour l'améliorer. Faites la chasse aux répétitions, aux phrases trop longues, aux fautes de grammaire et d'orthographe.



Photo Editions de l'Avenir

● L'illustration

L'illustration (photos, cartes, dessins...) ne se limite pas à faire joli dans la page. Parfois elle est elle-même porteuse d'une information. L'illustration doit frapper l'attention du lecteur et l'inciter à lire le texte. Elle apporte un plus à l'article : le compléter, amuser le lecteur, le faire réfléchir, éveiller des émotions... La légende permet de donner la si-

gnification de l'illustration. Attention à sa place et à sa taille. L'illustration doit faire corps avec le texte. Le lecteur ne doit pas avoir à chercher à quel article elle se rapporte.

Attention à la qualité des photos (elles ne doivent pas être trop sombres, trop claires, floues,...), en particulier si vous imprimez votre journal par photocopie. Elles perdront encore de la qualité.

C'EST IMPORTANT DE

■ Recouper vos informations, c'est-à-dire vérifier auprès de différentes sources (spécialistes, livres, encyclopédies...) qu'une information est correcte.

■ Aller à la source la plus directe de l'information pour obtenir les bons renseignements. Exemple : si vous voulez raconter le voyage scolaire de la classe de première année, interrogez l'institutrice et des élèves de cette classe et non des frères ou sœurs des élèves de première année.

■ Organiser les différents articles et illustrations dans les pages de façon claire (pour une lecture facile), aérée (ne pas trop serrer les éléments dans les pages) et harmonieuse.

Textes : Rita Wardenier
Journal des Enfants
38, route de Hannut - 5004 Bouge
Tél. : 081/24 88 93
E-mail : jde@verslavenir.be
Site : www.lejournaldesenfants.be