

Les 8 règles journalistiques



**« SI TU NE VAS PAS VERS LE
LECTEUR...
LE LECTEUR NE VIENDRA PAS
VERS TOI »**





**Le lecteur ne lit pas !
il regarde**

« LE CHOC DES ACCROCHES »





Il faut donc donner à regarder...

80% du message passent par des accroches





Graphiques

Intertitres

Photos

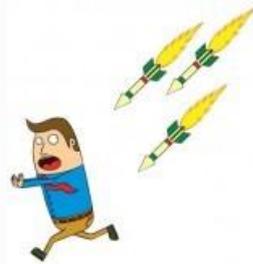
Chapeaux



Rubriques

Attaques

Chutes



Légendes

Titres

Encadrés

Citations



02!

Le lecteur parcourt les textes faciles à lire

« LE POIDS DU RÉDACTIONNEL »



Il faut donc encourager à lire...

20% du message passent par le texte

Phrases avec
18/20 mots

Verbes
d'action



Mots de moins de
3 syllabes

Paragraphes de 8 lignes



Tournures
actives

Les genres journalistiques



Information

Opinion

Visuel

Récit

Etude

Interactivité

03!

Le lecteur regarde ce qui l'intéresse

« LA LOI DE LA PROXIMITÉ »





Il faut donc rejoindre son interlocuteur

Bénéfice lecteur



Intérêt de l'autre



Information utile

Vulgarisation

Interpellation



04!

Le lecteur veut savoir tout de suite

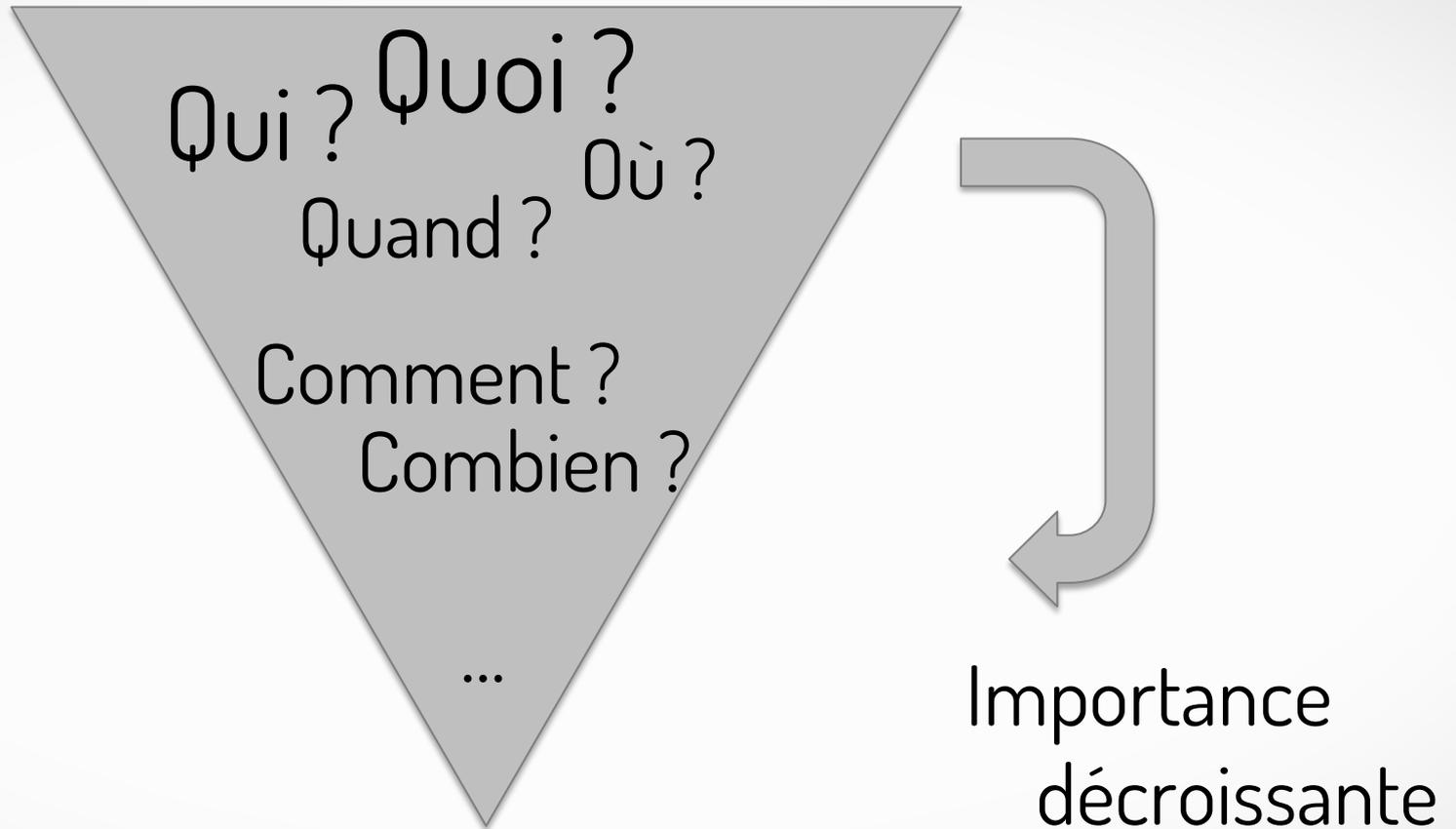
« L'ÉCRITURE JOURNALISTIQUE »





**Il faut donc délivrer le message
au lecteur le plus vite possible**

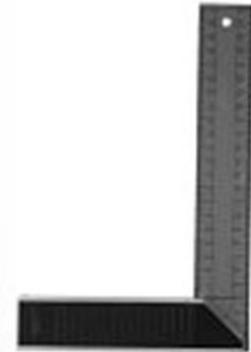
La pyramide inversée



05!

Le lecteur veut comprendre immédiatement

« L'ANGLE ET L'ARÊTE D'INFORMATION »



**Il faut donc être clair
pour ne pas décourager le lecteur**





Un article =

un angle

+

un message



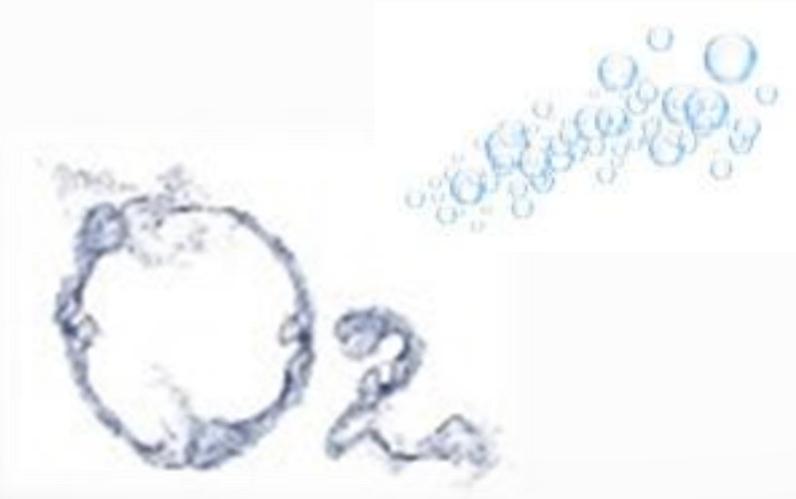


Le lecteur veut respirer

« L'ÉQUILIBRE DU JOURNAL »



Il faut donc ne pas étouffer le lecteur





Articles de tailles diverses

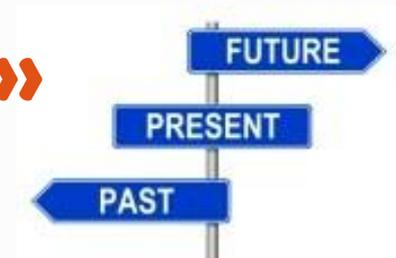


Brèves assurant l'aération



Le lecteur s'intéresse au présent et à l'avenir..

« LA RÈGLE DE L'ACTUALITÉ »



Projets futurs

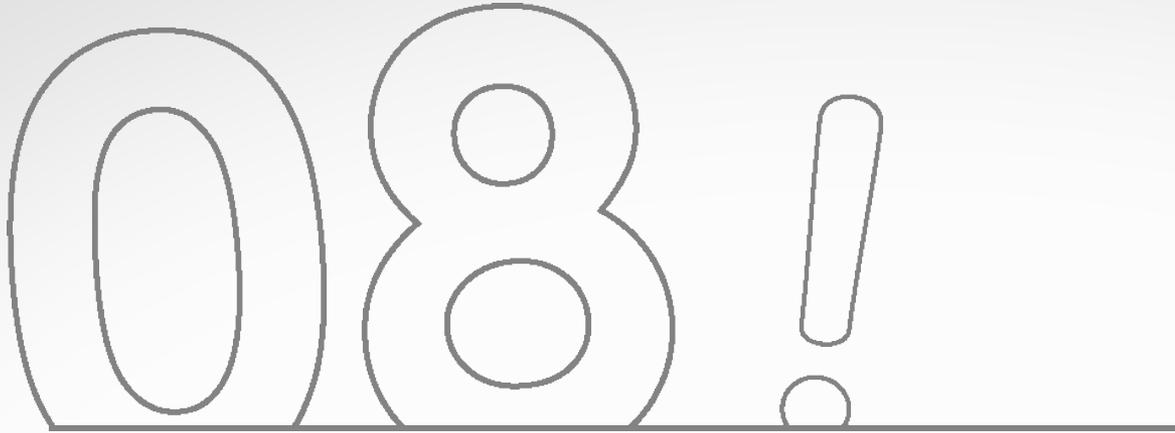


Orientations

Décisions



Actualisation



Le lecteur est sensible à la dimension humaine

« L'HUMANISATION DES ARTICLES »





Il faut donc rendre le lecteur attentif par un traitement humain de l'information



Photos de personnes



Citations de personnes

“ ”

Interviews



Désignation de groupes