

О. В. Станіслав

*МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ
З РОЗМОВНОЇ ТЕМАТИКИ
ДЛЯ СТУДЕНТІВ СПЕЦІАЛЬНОСТІ
„МОВА ТА ЛІТЕРАТУРА (ФРАНЦУЗЬКА)”*

LA PRESSE FRANÇAISE

Факультет романо-германської філології
Кафедра романських мов та інтерлінгвістики

О. В. Станіслав

***МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ
З РОЗМОВНОЇ ТЕМАТИКИ
ДЛЯ СТУДЕНТІВ СПЕЦІАЛЬНОСТІ
„МОВА ТА ЛІТЕРАТУРА (ФРАНЦУЗЬКА)”***

LA PRESSE FRANÇAISE

Редакційно-видавничий відділ
Східноєвропейського національного університету
імені Лесі України
Луцьк – 2013

УДК [811. 133. 1 :75 (44)] (072)

ББК 81. 471.1–923

С 76

*Рекомендовано до друку методичною радою
Східноєвропейського національного університету імені Лесі України
(протокол № від 2013 р.)*

Рецензенти:

Андрієвська В. В. – кандидат філологічних наук, доцент кафедри романських мов та інтерлінгвістики Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки

Лук'янченко М. П. – кандидат філологічних наук, доцент кафедри романської філології та компаративістики Дрогобицького педагогічного університету імені Івана Франка

С 76

Методичні рекомендації мають на меті ознайомити студентів із історією французької преси, дати характеристику передовим національним та регіональним періодичним виданням, з'ясувати роль і значення преси у сучасному житті французького суспільства. Методичні рекомендації включають французько-український тематичний словник, інформаційні тексти, вправи та завдання до них. Окрім того, дана розробка пропонує підбірку художніх текстів відомих французьких письменників, що відповідають означеній тематиці. Уривки з художніх творів супроводжуються лексичними коментарями, вправами, творчими завданнями комунікативного спрямування тощо.

Призначені для студентів спеціальності „Мова та література (французька)”, а також для всіх тих, хто вивчає французьку мову й цікавиться соціально-культурним життям Франції.

УДК [811. 133. 1 :75 (44)] (072)

ББК 81. 471.1–923

© Станіслав О.В., 2013

© Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки, 2013

PRÉSENTATION

En dépit du développement de l'audiovisuel, la presse tient une place importante dans la vie politique et culturelle de la France. Les Français lisent chaque année près de 8 milliards d'exemplaires de journaux et périodiques répartis en quelque 15 000 titres. Ces chiffres témoignent que malgré la concurrence des autres support informatifs la presse écrite se porte toujours bien.

L'importance de la presse écrite apparaît surtout quand on étudie le français comme langue étrangère, car le journal reflète le mieux l'actualité française. De ce point de vue il peut être l'un des meilleurs outils permettant d'obtenir l'information la plus récente sur le pays : sa politique intérieure, son économie ou sa culture. En plus, le journal est une des meilleures références de la langue, car il présente les nouvelles tendances linguistiques, notamment du vocabulaire. Enfin, pour plusieurs étudiants, il est souvent la seule source d'information sur la France contemporaine. Tout cela explique la nécessité de donner aux étudiants, afin de les orienter, des informations sur la presse française en général et sur les journaux les plus lus en France en particulier, mais aussi de leur proposer des textes littéraires, accompagnés de vocabulaire thématique et d'exercices. Nous espérons que cet ouvrage fera accroître l'intérêt des apprenants envers la presse française et facilitera leurs recherches dans ce domaine.

DOSSIER I

Devoir

- *Étudiez le vocabulaire thématique.*

Médias. Généralités

Загальні відомості про ЗМІ

médias *m pl* (= **média**, **mass media**) засоби масової інформації (ЗМІ)

médiatique *adj* що стосується ЗМІ

couvrir un événement висвітлювати подію

couverture *f médiatique*, **médiatisation** *f de l'événement* висвітлення події
засобами масової інформації

avoir une large couverture médiatique широко висвітлюватися ЗМІ

attaquer, fustiger нападати

prendre parti de *qn* стати на чийсь бік

annoncer, rapporter les nouvelles de manière impartiale безпристрасно
висвітлювати події

prendre à partie критикувати

censurer, couper, caviarder *fam* вирізати, піддавати цензурі

censure *f* цензура

source *f d'information officielle* офіційне джерело інформації

black-out *m* ненадання, відсутність інформації про щось

Audivisuel : radio, télévision

Аудіовізуальні засоби: радіо, телебачення

audiovisuel *m*, **moyens** *m pl audiovisuels* аудіовізуальні засоби

antenne *f* антена

temps *m d'antenne* ефірний час

être sur l'antenne de... слухати певну радіостанцію

passer à l'antenne іти в ефірі

garder l'antenne продовжувати передачу

rendre l'antenne закінчувати передачу

radio *f* радіо

radio locale місцеве радіо

radio privée приватне радіо

radio libre вільне радіо

radiodiffusion *f* радіомовлення

station *f* станція мовлення

ondes *f pl* хвилі

ondes courtes короткі хвилі

ondes moyennes середні хвилі

grandes ondes довгі хвилі

émettre sur telle longueur d'onde, sur la bande FM передавати на певних хвилях, в радіодіапазоні ФМ

passer sur les ondes іти в ефірі

mettre en ondes une pièce de théâtre робити радіопостановку театральної п'єси

modulation *f* de fréquence, FM частотна модуляція

télévision *f* телебачення

télévision par cable кабельне телебачення

télévision par satellite супутникове телебачення

chaîne *f* канал

être transmis (capté) par satellite передаватися (ловитися) по супутнику

programme *m* de télé телепрограма

émission *f* передача

émission en direct (le direct) пряма передача

émission en différé передача в запису

émission « attrape-tout » передача на всі смаки, розрахована на широкий загал

émission plébiscitée передача, що користується успіхом

journal *m* télévisé, informations (infos) *f pl* програма новин

face à face *m* теледебати

téléfilm *m*, feuilleton *m* à épisodes телесеріал

présentateur *m*, animateur *m* ведучий теле- чи радіопередачі, диктор

transmettre, diffuser передавати показувати (по радіо, телебаченню)

retransmission *f* трансляція

publicité *f*, pub *f* реклама

spot *m* publicitaire рекламний ролик

vidéo *f* відеотехніка

vidéoclip *m* відеокліп

zapper перемикатися з каналу на канал

zapping *m* перемикання каналів

Presse écrite

Друкована преса

presse *f* преса

presse parisienne паризька, столична преса

presse régionale регіональна преса

presse spécialisée спеціалізована преса

presse des jeunes молодіжна преса

presse féminine преса для жінок

presse parlée, télévisée радіо-, тележурналістика

presse subventionnée преса, що отримує державні субсидії

presse progressiste прогресивна преса

presse au service de, à la solde de... на службі у когось, наймана преса

presse vénale (mercenaire, à gages) продажна преса

presse d'opinion партійна преса

presse d'information інформаційна преса

presse de commentaire, d'expression коментуюча преса

conférence f de presse прес-конференція

point m de presse брифінг (зустріч офіційних осіб із представниками ЗМІ, на якій коротко викладається позиція уряду чи відповідних організацій щодо певних питань)

groupe m de presse видавнича група, концерн

agence f de presse (l'AFP – Agence France-Presse) агентство преси
(Агентство «Франс-Прес»)

périodiques m pl періодичні видання, періодика

quotidien m щоденна газета

hebdomadaire m щотижневик

bihebdomadaire m видання, що виходить двічі на тиждень

mensuel m щомісячне видання

bimensuel m видання, що виходить двічі на місяць

bimestriel m видання, що виходить один раз на два місяці

trimestriel m щоквартальне видання

semestriel m видання, що виходить двічі на рік

annuel m щорічне видання

journal m газета

journal du matin ранкова газета

journal de l'après-midi денна газета

journal du soir вечірня газета

couleur f, tendance f du journal спрямованість газети

journal d'inspiration monarchiste газета монархічного тлумачення

journal de couleur conservatrice газета консервативного тлумачення

journal des milieux d'affaires газета ділових кіл

journal de (l'extrême) droite права (крайня права) газета

journal de gauche газета лівого тлумачення

journal d'opinion орган певної партії, групи

journal d'information інформаційне видання

journal attitré офіційний орган

journal officiel de la République Française (J. O.) «Журналь офісьєль»
(офіційне видання, що публікує звіти про засідання парламенту, закони, укази тощо)

journal privé приватна газета

fonder, lancer, faire paraître un journal заснувати, видавати газету

diffuser un journal поширювати газету

suspendre (faire saisir) un journal тимчасово закрити (конфіскувати) газету

dépouiller les journaux робити виписки із газет

réunir des coupures de journaux збирати газетні вирізки

supplément *m* du journal додаток до газети
supplément dominical недільний додаток
revue *f* журнал
revue d'études théoriques теоретичний журнал
revue de documentation інформаційний журнал
revue spécialisée спеціалізований (*науковий, технічний* тощо) журнал
grande revue «товстий» журнал
revue de vulgarisation scientifique науково-популярний журнал
magazine *m* ілюстрований журнал
illustré *m* журнал з великою кількістю фоторепортажів
tirage *m* тираж
tirage total загальний тираж
journal *m* à grand, fort tirage газета, що видається великим тиражем
au tirage total de ... exemplaires загальним тиражем в ... екземплярів
journal tiré à ... exemplaires газета з тиражем в ... екземплярів
ce journal tire à ... (a un tirage de ..., atteint un tirage de ...) exemplaires ця газета виходить тиражем в ... екземплярів
le tirage est passé de ... à ... millions d'exemplaires тираж збільшився, знизився з ... до ... млн. екземплярів
invendus *m pl* (= bouillon *m fam*) непродані номери
composition *f* et structure *f* d'un journal композиція і структура газети
présentation *f* розміщення матеріалу, оформлення
formule *f* зовнішній вигляд, розподіл матеріалу
mise *f* en page верстка
monter la page sur l'ordinateur набрати сторінку на комп'ютері
la « une » перша сторінка газети
à la « une » (= en première page) на першій сторінці газети
bandeau *m* шапка, заголовок, набраний через всю сторінку великим шрифтом
manchette *f* великий заголовок з даними про назву, дату і ціну газети
chapeau *m* короткий виклад статті чи резюме, розміщені під назвою
oreilles *f pl* заголовки з обох боків шапки
ventre *m* центральна частина першої сторінки
cheval *m fam* початок статті (*розміщений на першій сторінці, а продовження друкується далі на наступних сторінках газети*)
rivière *f* бокова колонка зліва чи справа сторінки з короткими повідомленнями
rez-de-chaussée *m*, pied de page «підвал» сторінки
filet *m* контурна лінія, що розділяє статті
légende *f* короткий коментар до фотографії (*малюнку, карти* тощо)
lettrine *f* буквиця (*перша, виділена великим шрифтом, літера статті*)
gris *m* de la page ou de l'article текст сторінки чи статті, набраний звичайним шрифтом

encadré m (dans le gris de l'article) вставка (в текст статті) в рамці
titre m назва, заголовок
titre incitatif заголовок, що приваблює читача
titre informatif інформативний заголовок
titre explicatif пояснюючий заголовок
titrer озаглавлювати
bien en vue, en vedette на видному місці
mettre en vedette розмістити на видному місці
en gros caractères великим, жирним шрифтом
têtière f, sous-titre m підзаголовок
article m стаття
article de tête, de rédaction, de fond (= éditorial m, leader m) редакційна, передова стаття
L'article porte sur ..., touche à ... стаття присвячена чомусь, торкається чогось
publier, insérer un article опублікувати, розмістити статтю
articulet m невелика стаття
entrefilet m замітка
aperçu m оглядова стаття
communiqué m офіційне повідомлення
dépêche f телеграма, депеша
billet m d'humeur стаття, у якій журналіст висловлює свою думку
scoop m, nouvelle f à sensation сенсаційна новина
texte m intégral повний текст
dossier m підбірка матеріалів, документів
interview f інтерв'ю
accorder une interview давати інтерв'ю
interviewer брати інтерв'ю
sondage m, enquête f опитування
angle m d'attaque кут зору на подію
attitudes f pl думки, позиції
certitudes f pl достовірні факти
canard m fam газетна «качка», неправдива чутка
lancer un canard пустити «качку»
donner de l'ampleur à un rien «роздути» подію
avoir de l'impact sur, agir sur... мати вплив на когось, на щось
commentaires m pl коментарі
commentaires flatteurs схвальні відгуки
commentaires défavorables критичні відгуки
échos m pl, répercussions f pl ; retentissements m pl відгуки
susciter, provoquer des échos викликати відгуки
provoquer des débats passionnés, des réactions passionnelles викликати пристрасні суперечки, бурхливі реакції
rubriques f pl рубрики

Actualités, Événements, Tour d'horizon Огляд подій
Brèves, En bref, Flash, Flash-infos Короткі повідомлення, З потоку новин
Sur le grill, Entretien Наше інтерв'ю
Théories, Idées Теорії, Ідеї
Faits divers, Chiens écrasés Нещасні випадки
Correspondances, Courrier, En toute franchise Наша пошта, Зворотний зв'язок, Читач і газета
Carnet Повідомлення (про народження, одруження, смерть тощо)
Petites annonces (PA) Оголошення
Bandes dessinées (BD) Комікси
Arts-Spectacles, À l'affiche, Guide, Culture-Événement Новини культури, Наша афіша, Культурне життя, По театрах і концертних залах
Météo Погода
collaborateurs m pl du journal працівники газети
journaliste m журналіст
exercer la profession du journaliste бути журналістом
pigiste m позаштатний кореспондент
reporter m репортер
correspondant m, envoyé m кореспондент
envoyé m spécial спеціальний кореспондент, спецкор
commentateur m коментатор, оглядач
observateur m оглядач
courrieriste m працівник відділу листів
médiateur m координатор пошти
iconographe m фоторепортер
photographe m фотограф
rédacteur m en chef головний редактор
rédacteur de rubrique редактор рубрики
éditeur m видавець
éditeur responsable відповідальний редактор
éditions f pl, maison f d'édition видавництво
imprimerie f типографія

Presse électronique et internet

Електронна преса та Інтернет

internet m, net m, web m, toile f мережа Інтернет
site m сайт
fournisseur m d'accès провайдер
se connecter sur internet підключитися до мережі Інтернет
connexion f підключення до мережі Інтернет
naviguer sur internet плавати (блукати, ритися) у мережі Інтернет
navigation f перебування у мережі Інтернет
fréquentation f відвідування мережі Інтернет

prendre qch sur internet брати щось у мережі Інтернет
télécharger sur son ordinateur скачати на свій комп'ютер
poste f électronique, messagerie f електронна пошта
communiquer avec des utilisateurs спілкуватися із користувачами Інтернету

Exercices

I. *Donnez les synonymes des mots ci-dessous :*

le journal de chaque jour, censurer, l'absence de l'information, un présentateur, la presse vénale, la presse de commentaire, les invendus, la première page d'un journal, le commentaire à une photo, l'article de fond, une nouvelle à sensation, les certitudes, les échos, internet, la poste électronique, la publicité, la tendance du journal, fonder un journal, le rez-de-chaussée de page, l'article de tête, publier un article, le scoop, le sondage, le canard, le correspondant, les éditions, les actualités, le sous-titre, caviarder, changer des chaînes.

II. *Expliquez brièvement ce qu'est :*

le quotidien national, le quotidien régional, la presse écrite, les mass médias, rapporter la nouvelle de manière impartiale, l'émission en direct, le bimensuel, la tendance du journal, la « une », le chapeau d'un article, l'éditorial, les commentaires flatteurs, les collabrateurs du journal, l'envoyé spécial, naviguer sur internet, la presse électronique.

III. *En quoi consiste la différence entre :*

le magazine et la revue, l'émission en direct et l'émission en différé, le bimensuel et bimestriel, le tirage total du journal et le journal à fort tirage, les oreilles et les rivières de la « une », le titre incitatif et le titre informatif, l'article de rédaction et l'article de fond, l'éditeur responsable et le rédacteur en chef, la presse écrite et la presse électronique.

IV. *Nommez les collaborateurs d'un journal. En quoi consistent leurs devoirs professionnels ? Voudriez-vous exercer la profession du journaliste ? De quel journal et pourquoi ? Qu'est-ce que vous appréciez dans ce métier ? Quelles qualités doit posséder un journaliste ?*

DOSSIER II

CARACTÉRISTIQUES GÉNÉRALES DE LA PRESSE ÉCRITE EN FRANCE

Devoir

- *Lisez, analysez et résumez l'information suivante.*

QUOTIDIENS FRANÇAIS

Depuis 1945, la concurrence grandissante de la radio et de la télévision, l'élévation des coûts d'exploitation ont entraîné le phénomène de concentration des quotidiens : leur nombre est passé de 220 en 1939 à 82 actuellement. La deuxième tendance dans l'évolution de la presse française concerne sa modernisation et son européanisation. Au début des années 90 les grands titres nationaux français, *Le Figaro* et *Le Monde*, se sont dotés d'imprimerie ultra-moderne et ont modernisé la chaîne de production de l'informatisation rédactionnelle à l'impression et à la distribution. Les autres quotidiens ont suivi leur exemple.

En fait, il y a actuellement un grand nombre de quotidiens en France : 82 total dont 12 sont publiés à Paris et 70 en province.

Les grands quotidiens d'information à Paris peuvent être classés selon l'importance de leur tirage de la façon suivante : *Le Figaro* (432 225 ex.), *Le Monde* (387 449 ex.), *Le Parisien libéré* (382 293 ex.), *France-Soir* (284 752 ex.), *L'Équipe* (230 524 ex.), *Libération* (195 08 ex.), *l'Humanité* (109 314 ex.), *La Croix* (104 043 ex.), *Le Quotidien de Paris* (67 000 ex.), *Les Échos* (96 233 ex.), *La tribune de l'Expansion* (38 000 ex.) et *Le Quotidien du médecin*.

Au sein de ce classement on peut dégager les titres d'information générale (*Le Monde*, *Le Figaro*, *Libération*, etc.) et spécialisés (économiques – *Les Échos*, *La Tribune de l'Expansion* ; sportifs – *L'Équipe* ; médical – *Le Quotidien du médecin*). Parmi les plus influents on cite *Le Monde*, *Le Figaro* et *Libération* qui ont l'impact non seulement sur l'opinion publique, mais aussi sur les autres médias. Les grands quotidiens de Paris sont aussi lus en province, c'est pour cela qu'on peut parler de leur rayonnement national.

Compte tenu de l'importance des trois quotidiens d'information générale publiés à Paris (*Le Figaro*, *Le Monde* et *Libération*), nous allons procéder à l'analyse détaillée de chacun d'entre eux.

Le Figaro, fondé par Maurice Alhoy et Etienne Arago en 1826 et sortant d'abord deux fois par semaine sur quatre pages, devient quotidien en 1866. Donnant des informations sur le théâtre, la critique, les sciences, les arts, les mœurs, le scandale, l'économie domestique, la mode etc., il finit par s'intéresser de plus en plus à la politique. Il exprime des positions monarchistes au début de la Troisième République, puis évolue vers une tendance républicaine modérée, reflétant les opinions de la bourgeoisie. Dirigé successivement par F. Magnard, G. Calmette jusqu'à son assassinat en 1914, puis par R. de Flers et A. Capus, il devient la propriété et l'organe

politique du parfumeur F. Coty qui prend sa direction en 1927. Pierre Brisson lui succède en 1936.

Lors de l'arrivée des troupes allemandes à Paris en 1940, *Le Figaro* cesse de paraître dans la capitale. Il est imprimé successivement à Tours, Bordeaux et Clermont-Ferrand. Il s'installe enfin au 12, rue de la Charité à Lyon. Malgré les consignes venues de Vichy, Pierre Brisson ne publiait pas un mot contre les Juifs, les Anglais ou les Américains, pas un mot contre De Gaulle et pas de mots flatteurs à l'égard de l'occupant. Alors que *Le Figaro* se prépare à se saborder, il est suspendu « sine die » le 10 novembre 1942.

Le 19 août 1944, Pierre Brisson obtient du secrétaire général de l'Information l'autorisation de faire reparaître *Le Figaro*. Dès la fin d'août, le journal est mis en vente à Paris. Il est tiré à 100 000 exemplaires. Pierre Brisson conserva son poste jusqu'en 1965.

Acheté par le groupe Prouvost-Beghin, *Le Figaro* est revendu en 1975 à Robert Hersant. Cette vente ouvre une crise dans le journal et provoque le départ de nombreux journalistes inquiets des ambitions du patron. Mais l'agitation s'apaise, la restructuration est menée à bien, de nouveaux procédés de fabrication sont mis sur pied. Le groupe ajoute une série de suppléments hebdomadaires sortant les samedis : *Le Figaro Magazine* et *Le Figaro Madame*, etc. Cette formule a connu un succès immédiat et a permis au journal d'accroître ses ventes.

Aujourd'hui *Le Figaro* est un grand quotidien d'information générale. Dans les années 80, ses prises de position très conservatrices lui ont valu d'être qualifié de « nouvelle Pravda », mais Robert Hersant a décidé de redresser l'image du journal en jouant la carte de l'information brute à l'américaine. Côté politique, *Le Figaro* est devenu l'autorité semi-officielle de l'intelligentsia de droite. Tiré à 481 737 exemplaires, il reste toujours un quotidien de sensibilité droitière et libérale.

Les lecteurs du *Figaro* sont relativement âgés : 71 % de 35 ans et plus, 29 % de moins de 35 ans. Leur niveau de vie est élevé. Ce sont des cadres supérieurs et moyens ou de petits patrons. Il sont plusieurs à avoir fait leurs études et à habiter la région parisienne. C'est surtout un journal de Paris, les abonnés du *Figaro* résidant principalement dans les 16^e, 17^e, 8^e et 7^e arrondissements.

Le Figaro paraît généralement sur 32 pages. Le titre noir du journal est accompagné de la célèbre citation tirée du *Mariage de Figaro* de Beaumarchais : « Sans la liberté de blâmer, il n'est point d'éloge flatteur ».

À la « une » du *Figaro* se trouvent le sommaire dans la colonne de gauche, quelques titres sans textes renvoyant à telle ou telle page du journal et environ quatre articles développés avec leurs illustrations photographiques. Les premières six pages sont consacrées à l'actualité internationale, les 5 ou 6 pages suivantes concernent l'actualité politique et sociale en France. Une page renseigne spécialement sur les derniers événements à Paris. Elle est suivie de la rubrique politique *Débats et Opinions* et de la rubrique *Vivre aujourd'hui* informant sur les objets de luxe, la mode ou les loisirs. Suivent les pages de *l'Immobilier* et les pages avec *le Carnet du Jour* où l'on publie les annonces de masses, d'anniversaires, de fiançailles, de naissance ou

de deuils, ainsi que communications diverses. Les autres pages contiennent les nouvelles de culture et de sport, décrivent les émissions qui se produiront à la télé, donnent la météo et le programme de télé. La dernière page est une page d'information générale avec des images publicitaires.

Titre plus que centenaire, dès le début accompagnant les grands événements nationaux, *Le Figaro* fait effort vers l'objectivité, la loyauté dans l'information et la tolérance. Il reste ouvert à tous les courants de la pensée et de l'action. Il a le respect des institutions démocratiques et lutte pour les droits de l'homme.

Le Monde, fondé en 1944 par H. Beuve-Méry (directeur du journal jusqu'à 1969) et encouragé à l'origine par le général de Gaulle, demeure, avec son tirage de 495 384 exemplaires, la référence quotidienne de plusieurs lecteurs en France et à l'étranger. Le premier numéro du *Monde* daté du 19 décembre 1944 avait une présentation différente : il était imprimé sur une feuille grand format, double de celle du *Monde* actuel. Ce format est réduit en janvier 1945, quand la pénurie de papier oblige le gouvernement à demander aux journaux de réduire de moitié leur consommation.

Austère dans sa typographie, dans son absence de photos, les premiers numéros du *Monde* rappellent *Le Temps* d'avant-guerre. Le *Monde* en a gardé la présentation, les signatures, mais son esprit est différent : il n'a pas repris les positions conservatrices du *Temps*, il était fidèle à la Résistance, soutenait le général de Gaulle et les réformes.

Sous la Quatrième République, le tirage passe de 100 000 à 200 000 exemplaires. Il se veut indépendant des puissances politiques et d'argent et privilégie la qualité de l'information. Ses journalistes détiennent une influence réelle sur l'opinion, au déplaisir des politiciens de droite comme de gauche.

À partir de 1960, le développement du journal s'accélère. Son tirage atteint quelque 300 000 ex. en 1965, 400 000 ex. en 1967 et 500 000 ex. en 1973. Les chiffres de tirage du *Monde* s'accroissent considérablement lors d'événement d'une importance exceptionnelle. En mai 1968 son tirage monte à 820 000 exemplaires. En 1968, *Le Monde* est le journal de la jeunesse : son lectorat parmi les 15-34 ans atteint le pourcentage record de 52 %.

Le lecteur du *Monde* est jeune, c'est même le plus jeune de toute la presse quotidienne française : un lecteur sur quatre a moins de 25 ans, trois sur quatre ont moins de 50 ans. Le lecteur du *Monde* a fait ses études supérieures, il peut exercer une profession libérale, être cadre supérieur des affaires ou de l'industrie, enseignant ou fonctionnaire, étudiant ou élève des grandes classes du secondaires.

Le Monde est le plus national des quotidiens parisiens : un peu plus de la moitié de ses lecteurs résident en province où sa diffusion est en constante augmentation. La diffusion du *Monde* se fait aussi à l'étranger.

Le Monde est plutôt classé du côté gauche de l'échiquier politique par ses aspirations à la justice sociale, par son attention au respect des droits de l'homme. Pourtant le journal préfère mettre en avant son indépendance, son impartialité, son objectivité, sa rigueur. Les milieux intellectuels les plus larges font confiance à son

sérieux. Parmi ceux qui disent : « J'ai lu cela dans *Le Monde* », neuf sur dix accordent un « grand crédit » à l'information citée.

Le Monde paraît généralement sur 24 à 34 pages, voire plus, selon l'importance de l'actualité. Son format est plus petit que celui du *Figaro*. En traversant le temps, *Le Monde* a conservé son aspect sérieux, même s'il est moins austère qu'autrefois. Son titre noir est imprimé en caractères gothiques. Sous le titre on voit la date de sortie du numéro, les noms du fondateur et du directeur. Dans la colonne de gauche de la « une » il y a l'annonce des sujets importants du jour, développés à l'intérieur du journal. À la « une », apparaissent aussi trois ou quatre titres des articles qui y sont déjà largement développés. Le titre du premier article est imprimé en gros caractères et mis en gras. À gauche les problèmes clé du thème du jour sont mis en valeur. Dans le bas de la « une » on trouve un placard publicitaire pour un livre ou un objet de luxe. Quatre ou cinq premières pages intérieures sont traditionnellement réservées aux informations étrangères et internationales. Suivent les pages de politique intérieure et les rubriques *Société*, *Entreprise*, *Communication*, puis la rubrique *Aujourd'hui sport*, *voyages*. Celles-ci sont suivies de *Météo*, *Carnet*, *Culture* et le programme de télé. La dernière page est consacrée aux dernières nouvelles et contient aussi la rubrique « *Il y a 50 ans, dans Le Monde* ».

Aujourd'hui le journal est devenu moins austère qu'autrefois : on y trouve des dessins (de Plantu, Sergueï, Pessin), photos et graphiques. Pourtant, plus que tout l'autre journal il veut toujours prendre au sérieux la complexité des événements. Moins « quotidien » que *Libération*, moins « business » que *Le Figaro*, il est plus international, plus universel.

Libération, le plus jeune des trois quotidiens nationaux, est lancé en 1973 avec la caution de Jean-Paul Sartre. La sortie du journal est prévue pour le 5 février 1973. Mais en raison de difficultés techniques et de problèmes financiers le quotidien ne peut pas paraître à la date annoncée. Il réalise pourtant des numéros « zéros » destinés à recueillir des fonds par souscription. Le premier numéro 0 paraît le 22 février 1973 et le numéro 1 le 18 avril de la même année. C'est alors une feuille militante. Regroupant les différents courants issus de Mai 1968 et des révoltes étudiantes des années 60, il est marginal sur toutes les questions de la société.

Libération avait pour ambition d'inventer un nouveau journalisme, un nouveau style : donner la parole au peuple et citer seulement les bouts de phrases des puissants. Résolument de gauche, il voulait faire des révélations sur les patrons, la Justice, les hommes politiques, l'administration. Il consacre une large place aux caricatures, aux bandes dessinées, aux romans photos. *Libération* provoque des débats sur tout ce qui divise la population : le racisme, la sexualité, l'oppression des femmes par les hommes. Refusant d'insérer toute publicité, il veut prouver son indépendance.

L'ex-journal gauchiste, *Libération* est « complètement rentré dans le rang » depuis le début 1996, après sa prise de contrôle par le groupe de Jérôme Seydoux : la hiérarchie des salaires, l'insertion d'annonces publicitaires, l'entrée dans son capital d'intérêts extérieurs ont modifié son fonctionnement. Pourtant il a gardé de ses débuts

une liberté de ton, des titres percutants et une attention à tous les mouvements de la société. Il a toujours le souci de rompre la monotonie de l'information traditionnelle, de surprendre le lecteur et de lui donner la parole en toute liberté. Il n'oublie pas le sourire et l'humour jusque dans des sujets sérieux, ses analyses restent solidement documentées et professionnelles ce qui lui permet d'attirer et de retenir le jeune lecteur. Il est tiré à 229 586 exemplaires.

Libération paraît sur environ 36 pages. Son format est encore plus petit que celui du *Monde*. Le titre du journal en noir et blanc se dessine sur un losange rouge. À la différence du *Figaro* et du *Monde*, il y a très peu de texte imprimé à la « une ». Elle est occupée à trois quarts par une grande photo en couleur avec, à gauche, d'autres photos, plus petites, avec des titres en couleur et en caractères différents.

Les premières pages informent des événements récents (rubrique *L'Événement*), suivent les pages de la rubrique d'actualités *Rebonds*, de la rubrique internationale *Monde*, ensuite *Politiques*, *Société*, *Économie*, *Médias*, *Sport*, *Culture*, *Météo*, *Guide télévision*. Cartes, photos, dessins humoristiques parsèment ses pages. Une telle présentation est susceptible d'intéresser les milieux sociaux les plus larges. Aussi les jeunes lisent-ils souvent « leur petit Libé ».

Même si la presse quotidienne nationale publiée à Paris et en Île-de-France propose un grand nombre de titres, sa pénétration est assez faible en région non parisienne, sauf dans quelques grandes villes où elle est en concurrence avec la presse quotidienne régionale. Par contre, la presse régionale est plus souvent lue en province : elle informe le public des nouvelles nationales et locales, participe à l'animation régionale. Elle est aussi marquée par le conformisme dans le commentaire, car elle craint effaroucher ses lecteurs.

Le phénomène de concentration a aussi marqué la presse quotidienne en province. Le nombre des journaux était de 175 titres en 1946, il est passé à 73 en 1981 et à 58 en 1994. Le leader des journaux français est le quotidien *Ouest-France*, qui diffuse journalièrement depuis 1996 plus de 790 000 exemplaires. *Ouest-France*, *Sud-Ouest*, *La Dépêche du Midi*, *Le Midi libre* ont une pénétration qui atteint de huit à douze départements. *Le Progrès de Lyon* et *le Dauphiné libéré* sont diffusés dans la région Rhône-Alpes. Quant à deux titres de Marseille, *Le Provençal* (de sensibilité de gauche) et *Le Méridional* (de sensibilité de droite), leur fusion décidée en mai 1997 a eu pour conséquence l'apparition du quotidien *La Provence*.

La Bretagne, avec *Ouest-France* et *Le Télégramme*, et l'Est de la France avec *l'Alsace*, *Les Dernières Nouvelles d'Alsace* et *Le Républicain Lorrain*, sont les régions les plus actives en matière de presse.

Exercices

I. Dites si c'est vrai ou faux :

1. Le quotidien « Le Figaro » donne des informations sur le théâtre, la critique, les sciences, les arts.

2. Le quotidien « Le Monde » provoque les débats sur tout ce qui divise la population française : le racisme, la sexualité, l'oppression des femmes par les hommes.
3. Le lecteur du « Le Figaro » est jeune, c'est même le plus jeune de toute presse quotidienne française.
4. « Le Monde » est fondé en 1944.
5. La diffusion du Monde ne se fait qu'à Paris.
6. « Libération » consacre une large place aux caricatures, aux bandes dessinées, aux romans photos.
7. Le titre du Figaro est imprimé en caractères gothiques.
8. Le titre du Monde en noir et blanc se dessine sur un losange rouge.
9. Le titre du Figaro est accompagné de la célèbre citation tirée de La Marseillaise.
10. « Le Monde » paraît généralement sur 20 pages.
11. « Libération » paraît sur environ 34 pages.
12. « Le Figaro » a le respect des institutions démocratiques et lutte pour les droits de l'homme.

PÉRIODIQUES FRANÇAIS : HEBDOMADAIRES, BIMENSUELS, MENSUELS...

La presse périodique française est l'une des plus prolifériques au monde. Les marchands de journaux arborent sur leurs présentoirs plus de 15 000 titres, le tirage des 1250 hebdomadaires ayant dépassé celui des quotidiens, et se plaignent d'en voir arriver de nouveaux dans leurs rayons. Mais les nouveaux lancements ne tiennent pas longtemps – une histoire de quelques mois – et faute d'une trésorerie et de ventes suffisantes, ils disparaissent rapidement. Peu de nouveaux venus parviennent véritablement à percer, ils ne résistent pas aux périodiques existant déjà au marché. Là, on notera que le journal est souvent considéré comme un produit. Le marketing et la gestion ont envahi et bouleversé les médias, en France comme dans tous les pays industriels. Les groupes de presse (Hachette-Presses, Groupe Hersant, Havas pour ne citer que les plus puissants) gèrent leur patrimoine des méthodes identiques à celles du monde de la grande consommation. Ils essaient surtout de restructurer, de rationaliser, d'optimiser leur production médiatique. Ils organisent parfois des couplages entre leurs titres afin de diffuser la même annonce publicitaire dans plusieurs magazines et par cela d'attirer les investissements importants des publicitaires, car de nos jours ce ne sont pas que les lecteurs, mais aussi la publicité qui fait vivre une publication. Or, certains parlent de la symbiose de la presse et de la publicité, étant donné que l'une a autant besoin de l'autre et vice versa.

La presse périodique n'a jamais été aussi prospère. Les hebdomadaires d'information générale « écrèment » l'actualité quotidienne, retiennent les événements les plus significatifs, se livrent à des synthèses ou à des commentaires rétrospectifs et prospectifs. Ils jugent les événements avec un certain recul, donnent un aperçu de la situation, en complétant la vie professionnelle et en apportant à

chacun la distraction ou l'évasion nécessaire. Ils renseignent sur tous les secteurs de l'activité humaine : politique, religion, sport, jeunesse, loisirs, santé et d'autres. Voilà quelques titres répartis selon les secteurs.

Presse politique, économique et sociale

Le Nouvel Observateur – un hebdomadaire qui contient de nombreux reportages et analyses politiques (plutôt de gauche), économiques et sociales. C'était le magazine préféré de J.-P. Sartre.

Le Point – un hebdomadaire d'information qui commente et analyse l'essentiel de l'information, en France et à l'étranger. Il se veut classique, au-delà des courants politiques et culturels. Dès sa fondation en 1971, il a décidé de privilégier le service des lecteurs et de s'adresser à des individus responsables. Plus informatif que *L'Express*, plus classique que *le Nouvel Obs*, *Le Point* flirte parfois avec l'austérité.

L'Express – un hebdomadaire glorieux à l'époque marqué par les signatures de François Mitterrand, des prix Nobel François Mauriac et Albert Camus. Il s'intéresse à tout : nouvelles politiques, innovations de certains chefs d'entreprises, avant-gardes culturelles.

L'Événement du Jeudi – un hebdomadaire qui publie beaucoup d'articles politiques, plus que les autres hebdomadaires.

L'Expansion – un bi-mensuel consacré surtout à l'économie.

Presse pédagogique, d'enseignement et de formation linguistique

Parents – ce mensuel, qui parle en détail des problèmes concernant l'éducation des enfants, apprend aux parents à écouter leurs enfants, à les éveiller.

Le Monde de l'Éducation – le mensuel de référence du milieu scolaire et universitaire qui traite les grands sujets contemporains dans une perspective culturelle et éducative.

Le Français dans le monde paraît tous les deux mois (6 fois par an) et donne toute l'actualité pédagogique et culturelle du français et de la francophonie. Chaque numéro comprend le magazine culturel, les fiches pratiques, les comptes-rendus d'expériences pédagogiques du monde entier.

Langages (revue trimestrielle), *Langue Française* (revue trimestrielle avec dans son conseil scientifique M. Arrivé, J.-C. Chevalier, J. Dubois, J. Pinchon, A. Rey), *Linguistique* (revue semestrielle de la société internationale de linguistique fonctionnelle) se consacrent à tout ce qui touche au langage et aux langues dans leurs fonctionnements comme instruments de communication et d'expression. Elles traitent donc de linguistique générale, pure ou appliquée ou de faits particuliers à une langue ou à un groupe de langues.

Traduire – la revue qui sort 4 fois par an et qui étudie la méthodologie de la traduction et de l'interprétation, on y trouve les articles consacrés aux sujets de linguistique, stylistique, littérature et tous les aspects intéressant le traducteur.

Presse des jeunes

Pomme d'Api – le mensuel des petits à partir de 3 ans contient de merveilleuses histoires à lire ou à raconter, des jeux et des occupations, et un cahier pour aider et former les parents.

Toupi – le magazine mensuel pour les petits de 3-5 ans qui débordent de curiosité, mais ne savent pas encore lire contient des jeux d'éveils, des bandes dessinées éducatives.

Wapiti – le magazine mensuel pour les enfants de 7 à 13 ans les sensibilisant à la nature, faisant la comprendre, l'aimer et la protéger. Il explore la jungle, plonge au fond des océans, observe le comportement des animaux familiers. La nature est vécue comme une aventure.

Okapi – le bimensuel des garçons et des filles à partir de 8 ans avec histoires, jeux, bricolages et une encyclopédie de 16 pages.

J'aime Lire et ***Je Bouquine*** – deux mensuels illustrés et en couleurs faisant découvrir aux jeunes, dès l'âge de 7 ans, la joie de lire, visant à leur donner le goût des livres.

Phosphore – le magazine mensuel des lycéens de 14-18 ans contenant des reportages, des dossiers et des fiches, un service d'orientation et un guide complet de l'actualité du mois.

Science et Vie Junior – le magazine mensuel de découverte qui est publié avec 4 Hors Série annuels.

L'Étudiant – le mensuel qui comme son nom l'indique informe sur les Universités et les Facultés, les stages et la carrière professionnelle.

Presse féministe

20 ans – le magazine mensuel des 18-25 ans informant sur la mode, les relations entre les deux sexes, les groupes de musique et d'autres. Le ton provocateur et décapant fait l'originalité de ce magazine.

Avantages, Femme Actuelle, Elle, Marie Claire – les mensuels féminins pratiques avec des conseils au quotidien : vie de couple et de famille, cuisine, beauté, santé. Ces magazines sont destinés aux femmes urbaines et actives, ils font penser que pour s'ouvrir aux autres il faut être bien dans sa tête et dans son corps.

Fait main – le mensuel accompagné de patrons pour celles qui aiment coudre, tricoter, broder, crocheter, il fourmille d'idées.

Presse des arts

Les magazines artistiques sont nombreux. Il y a ceux qui concernent la peinture (*L'Œil, Connaissance des arts*), la photo (*Photo, Chasseur d'image*), l'architecture (*Urbanisme, l'Architecture d'aujourd'hui*), la danse (*Danser*), le cinéma et la musique (*Chorus, Première, Les Inrockuptibles*), etc.

La rédaction et la présentation de plusieurs magazines français ont été influencées par le style « news magazine » emprunté dans les années 60 aux pays anglo-saxons : un papier de qualité (nécessaire pour l'emploi des couleurs), des

photos choc, le contenu bien ordonné où les grandes rubriques alternant avec des pages publicitaires en couleurs. Tout cela rend ces publications très agréables à regarder et à feuilleter. Le style « magazine illustré », qui existait avant la guerre dans le domaine de la presse de mode et de décoration, s'est maintenant imposé dans toute sorte de publications : la littérature, le sport, l'histoire, les sciences, etc.

Exercices

II. *Faites des petites descriptions avec les mots proposés :*

1. Comment est en général la presse périodique française ? (prolifirique, rationaliser, otimiser, la symbiose de la presse et de la publicité).
2. Comment est la presse politique et économique en France ? (le magazine préféré de J.-P. Sartre, l'analyse des courants politiques, informatif, consacrer à l'économie).
3. Comment est la presse pédagogique, d'enseignement et de formation linguistique ? (les problèmes consernant l'éducation des enfants, l'actualité pédagogique, les fiches pratiques, le langage et les langues dans leurs fonctionnements, la méthodologie de la traduction).
4. Comment est la presse des jeunes ? (les histoires à lire, les jeux, les bandes dessinées, la nature comme une aventure, le goût des livres, la carrière professionnelle).
5. Comment est la presse pour les femmes en France ? (la mode, les relations entre les deux sexes, la vie de couple et de famille, la cuisine, la beauté, la santé, fait main).
6. Comment est la presse des arts en France ? (la peinture,l'architecture, le cinéma et la musique, le style « news magazine », le style « magazine illustré »).

FONCTIONS DE LA PRESSE ÉCRITE

Le rôle fonctionnel de la presse écrite est très important. On peut dégager 8 fonctions de la presse écrite : la fonction informative, idéologique, documentaire (scientifique), divertissante, sociale, commerciale, culturelle et éducative.

La fonction informative est sa fonction primordiale. La tâche des journalistes est la collecte, la sélection, la présentation, la diffusion des nouvelles qui font l'actualité. « Historien de l'instant », comme on le définit parfois, le journaliste joue un rôle de médiateur entre l'actualité et le public. C'est dans la diffusion de l'information que la télévision et la radio concurrencent fortement la presse quotidienne. Cependant, la presse écrite reste la plus complète. D'abord, sur le plan de la quantité de l'information, car le journal imprimé est quantitativement plus informatif que le journal télévisé (vingt minutes de télévision représentent en gros mille sept cents mots, c'est-à-dire trois colonnes du *Monde*). Ensuite, sur le plan de la diversité, car la presse écrite permet l'expression des multiples tendances de l'opinion, qui ne peuvent toutes se faire entendre à la radio ou à la télévision. Cette concurrence est moins

perceptible en ce qui concerne l'information spécialisée, ce qui explique la relative prospérité des périodiques spécialisés.

Le rôle idéologique est réalisé par n'importe quel titre de la presse écrite, car la sélection et la présentation des faits d'actualité se font en fonction de critères politiques, culturels, religieux qui constituent la ligne du journal ou de la revue. Les périodiques d'opinion exprimant les idées des partis ou des mouvements politiques et syndicaux affichent clairement leur tendance. Mais les autres aussi, même si elles ne se réfèrent ouvertement à aucune option politique, véhiculent une idéologie, orientent imperceptiblement l'état de leur public, en imposant, par exemple, l'image d'un homme d'affaires réussi ou d'une femme mince, préoccupée de son physique et sachant se défendre. La presse forme l'individu, forge ses opinions dans tous les domaines.

Cet aspect n'est pas toujours perçu de façon consciente, pourtant par son action répétitive la presse impose certaines modes du langage, du vêtement, du loisir, mais aussi de penser, de réagir. La presse écrite exerce ce rôle pour le pire comme pour le meilleur : certaines publications alimentent le racisme, l'agressivité, alors que d'autres contribuent à l'évolution positive des mentalités.

La presse écrite joue également un rôle non négligeable dans le domaine de la documentation et de la recherche. D'une part, les périodiques permettent aux spécialistes de se tenir au courant des travaux de leurs collègues, des nouveautés, des expériences et des découvertes. D'autre part, ils donnent la possibilité aux chercheurs de faire connaître l'état d'avancement de leurs travaux sur tel ou tel sujet.

Mais la fonction documentaire des périodiques ne concerne pas seulement les chercheurs : le lecteur simplement curieux d'un sujet ou le lycéen préparant un exposé peuvent trouver dans les journaux ou revues l'information qui enrichira leurs connaissances. Le périodique est ici le complément indispensable du livre.

Les journaux et les revues sont aussi destinés à la détente, à l'évasion. La lecture du journal est souvent associée à des moments de repos et de loisir. Certains (publiant, par exemple, des BD ou des romans-photos) se consacrent exclusivement à cette **fonction récréative**, d'autres, même le plus sérieux, offrent des rubriques de détente (humour, mots croisés, problèmes de bridge et d'échecs).

La fonction sociale de la presse écrite consiste en ce qu'elle renforce le sentiment d'appartenance à une collectivité. Elle renforce aussi les liens à l'intérieur d'un groupe social. Par exemple, dans plusieurs journaux et magazines il y a la rubrique « courrier des lecteurs » grâce à laquelle les lecteurs peuvent participer au débat collectif sur un sujet actuel. La rubrique *Petites annonces* aide à résoudre les problèmes de logement et d'emploi, voire intimes (solitude, célibat).

Quant à **la fonction commerciale** de la presse écrite, elle se manifeste dans le fait qu'elle est support publicitaire servant à lancer des produits nouveaux, à susciter des besoins, à inciter l'achat. Mais cet état de choses peut parfois être contraignant : il arrive que des annonceurs, heurtés par un article, cessent de confier leur publicité à tel ou tel titre ce qui pourrait remettre en question sa situation financière.

La presse écrite a aussi **la fonction culturelle**. Le journal est souvent le lieu où se mènent des débats, des recherches littéraires, artistiques et philosophiques. Il renseigne aussi sur les événements culturels (musique, théâtre, cinéma), en guidant le public, en l'aidant à devenir plus culturel et plus cultivé.

Le nombre et l'importance des fonctions dégagées prouvent une fois de plus que la presse écrite, qu'elle soit quotidienne ou périodique, d'information générale ou spécialisée, reste toujours à l'écoute du lecteur, répondant à ses besoins, l'assistant dans son quotidien, lui devenant indispensable.

Ayant évalué l'importance de la presse écrite, les enseignants français ont très vite compris qu'elle a aussi **une fonction éducative**. À la fin des années 70, on a créé l'association pour la diffusion de la presse à l'école. Cette association réunit actuellement 44 quotidiens régionaux responsables des opérations de presse dans l'école (notamment de l'animation de « la Semaine de la presse dans l'école » organisée chaque année pendant la première quinzaine d'avril).

Donc, la presse dans l'enseignement est conçue d'une part comme un outil d'une pédagogie nouvelle et d'autre part comme un support ouvrant accès à la citoyenneté, par la lecture critique et connaissance de l'information.

Exercices

III. *Terminez les phrases ci-dessous en vous inspirant du texte :*

La fonction informative de la presse consiste en...

Le rôle idéologique de la presse c'est...

La fonction sociale de la presse signifie...

La fonction commerciale est liée avec...

La fonction culturelle se manifeste dans...

La fonction éducative de la presse, cela veut dire que...

IV. *En vous basant sur le vocabulaire et les informations donnés, traduisez en français les phrases suivantes :*

a) Французькі засоби масової інформації характеризуються значним різноманіттям політичних поглядів та напрямків. Газета „Монд” дуже популярна у керівних та ділових колах Франції, а також серед інтелігенції; її мета – надавати читачам максимально широку панораму сучасних подій. Щоденна газета „Фігаро” налічує велику кількість позаштатних кореспондентів, спецкорів, коментаторів, фоторепортерів та координаторів пошти. Намагаючись розширити коло своїх читачів, більшість газет вишукують сенсаційні матеріали й мають велику рубрику пригод. Ця газета виходить тиражем 5.000 екземплярів. Коли береш у руки газету, в першу чергу звертаєш увагу на заголовок на першій сторінці. Сенсаційна новина завжди розміщена на видному місці. Сьогоднішня передова стаття викликала бурхливу реакцію серед читачів. Засоби масової інформації повинні об'єктивно висвітлювати події, а не приймати сторону одного з опонентів. Ця статейка мала улесливі відгуки.

б) У Франції існує два види щоденних газет: щоденна національна та регіональна преса. Політичні дебати на сторінках газет допомагають читачам порівнювати та аналізувати політичні позиції політиків. Щотижневик „Парі-матч” виділяється своїм оформленням, у ньому публікується багато фотографій. Ілюстровані журнали пропонують своїм читачам аналіз і роздуми про сучасні події. Вони з’явилися в 60-ті роки на зразок американських видавництв. У пресі для жінок багато статей про красу, моду, справи і заняття, що можуть зацікавити жінок (рецепти, інформація про здоров’я, виховання дітей, практичні поради по господарству тощо). Деякі з цих журналів дуже відомі за кордоном і передають стереотипний образ французької елегантності. У Франції є незалежний сатиричний журнал „Канар аншене”, в якому висміюються слабкості політичних діячів та викриваються скандали. Преса для молоді нараховує більше 180 назв, включаючи журнали й комікси. Вони мають на меті не лише розважати, але також і інформувати та виховувати юне покоління.

V. Questionnaire (expression libre):

Parlez des grands quotidiens français d’information générale (*le Figaro, le Monde, Libération*).

Quels sont les journaux et les périodiques les plus lus par les Français ?

Caractérisez la presse politique, économique et sociale en France.

Comment est la presse pédagogique, d’enseignement et de formation linguistique ?

Quels sont les principaux titres de la presse pour les enfants et les adolescents ?

Quels sont les titres les plus connus de la presse féminine ? Quels thèmes choisissent ces éditions ?

Comment sont des magazines artistiques ?

Parlez des fonctions et du rôle de la presse en France.

Quelles sont les tendances du développement de la presse en France ?

ARTICLE DE PRESSE

En journalisme, un article est un texte qui relate un événement, présente des faits ou expose un point de vue. Il s'appuie pour cela sur différentes sources d'information orales ou écrites.

En France, l'apparition des premiers articles de presse coïncide avec le développement de l'imprimerie, qui permet de diffuser des feuilles volantes comportant des « nouvelles ». À partir du XV^e siècle, les « occasionnels », surtout vendus par colportage, se composent d'un ou plusieurs textes consacrés à un événement (bataille, célébration, décès d'une personnalité, etc.) et illustrés par des gravures sur bois.

Les ancêtres des publications de presse telles qu'on les connaît aujourd'hui datent du début du XVII^e siècle, avec les premières gazettes qui rendent compte plus ou moins régulièrement de l'actualité dans des articles distincts. En 1631, *La Gazette* de Théophraste Renaudot publie des nouvelles de l'étranger et de la Cour.

Le ton de ses articles étant jugé trop neutres ou trop soumis au pouvoir, d'autres publications font leur apparition, privilégiant les articles de commentaires. La Révolution française, qui consacre « la libre communication de la pensée et des opinions », permet à tout citoyen d'écrire et d'imprimer librement. Les critiques et les prises de position constituent alors l'essentiel des articles de l'époque.

La Révolution industrielle et la loi sur la liberté de la presse du 29 juillet 1881 vont engendrer une nouvelle forme de journalisme. Les échos, les billets et les brèves cohabitent dans les journaux avec un nouveau genre d'article, le reportage. À la fin du XIX^e siècle, les quotidiens atteignent des tirages spectaculaires, *le Petit Journal*, *le Petit Parisien* et *Le Matin* dépassant le million d'exemplaire. L'impact de certains articles est alors considérable, comme le célèbre *J'accuse* d'Émile Zola dans *L'Aurore* à l'occasion de l'affaire Dreyfus, ou l'enquête d'Albert Londres sur le bagne de Cayenne parue dans *Le Petit Parisien*.

Après la Première Guerre mondiale, l'expansion de la presse périodique et le développement de la presse régionale donnent lieu à une segmentation du lectorat en même temps qu'à de nouvelles formes de traitement des informations : chroniques, conseils pratiques, reportages illustrés, etc.

Formes des articles

Rédigé par un journaliste, un article peut prendre plusieurs formes en fonction de son contenu et de la rubrique à laquelle il est destiné (politique, économie, étranger, société, culture, sports, etc.). On distingue généralement :

l'éditorial, qui présente la position de la rédaction sur un thème d'actualité (ou qui met en valeur un dossier publié dans le journal),

le reportage, dans lequel le journaliste rend compte d'un événement particulier en se rendant sur place,

l'interview, qui présente les réponses d'une personnalité (politique, artistique, sportive ou autre) aux questions du journaliste,

le portrait, qui dépeint une personnalité de l'actualité,

l'enquête, qui s'appuie sur des recherches, des témoignages et des analyses pour rendre compte d'un phénomène ou d'un événement,

la critique, qui exprime le point de vue du journaliste sur une œuvre littéraire, un film ou un spectacle,

la chronique, qui expose régulièrement diverses informations liées à un domaine particulier (gastronomie, cinéma, voyages, etc.),

l'analyse, dans laquelle une information d'ordre économique ou politique est expliquée et mise en perspective,

le billet d'humeur, dans lequel un rédacteur donne libre cours à ses impressions sur un événement qui lui tient à cœur,

la **brève** et **l'entrefilet**, qui rendent compte succinctement d'une information.

Rédigée non pas par un journaliste, mais par une personne qui n'appartient pas à l'équipe de rédaction, on trouve **la tribune libre**, article qui reproduit l'opinion d'un lecteur sur un fait d'actualité ou un article publié par le journal.

Style des articles

La rédaction d'un article répond à un certain nombre de règles :

- le titre et si possible l'introduction doivent présenter brièvement l'information ;
- le contenu doit répondre aux questions *qui, quoi, où, quand, comment, pourquoi ?* (QQOQCP) ;
- l'essentiel de l'information doit apparaître dès le début du texte ;
- le style doit privilégier les phrases courtes et éviter le jargon ou, à défaut, l'expliquer ;
- la longueur demandée (ou *calibrage*) doit être respectée ;
- la présentation doit renforcer la lisibilité du texte, notamment grâce au sous-titre (ou chapeau), aux intertitres et aux légendes des photos.

Structure des articles

La majorité des articles se composent de trois grandes parties :

L'attaque, qui est la première phrase du texte, et qui doit inciter le lecteur à lire la suite de l'article. Elle se compose souvent d'une phrase sans verbe, d'une description imagée ou d'une citation.

Le corps de l'article, qui est constitué de la plus grande partie du texte. Selon sa longueur, il peut être séparé par des intertitres.

La chute, qui est la dernière phrase de l'article, sert à marquer la fin du texte. Elle prend souvent la forme d'une question, d'une comparaison ou d'une phrase-clé reprise du corps de l'article. À la différence d'une conclusion, elle doit être brève et frappante.

En plus du titre et du corps du texte, un article peut être complété par d'autres éléments :

- **sous-titre** (ou « chapeau ou chapô »), qui précède l'article proprement dit. Il sert à résumer l'information et à inciter le lecteur à s'intéresser à l'article. Il est souvent présenté en caractères gras ou en italiques.
- **L'encadré**, qui est une forme d'article destiné à apporter un éclairage sur un des aspects dont traite l'article principal. Un article consacré à un sportif peut, par exemple, être accompagné d'un encadré sur la carrière de ce sportif. Un article sur l'adoption d'une loi par les députés peut s'accompagner d'un encadré qui retracera l'histoire de cette loi.

Exercices

- VI. *Choisissez un périodique français et parlez de son statut, de son tirage, de ses collaborateurs.*
- VII. *Repérez dans un des grands quotidiens français les articles qui se rapportent aux différents genres journalistiques (l'édito, le reportage, l'interview, l'enquête, la brève etc).*

VIII. *Analysez la présentation des pages d'un des journaux, l'habillage de ses articles (c'est-à-dire des éléments qui les rendent plus lisibles et plus attrayants).*

IX. *Caractérissez un des articles lus selon sa forme, son style et sa structure de l'énoncé.*

LA UNE D'UN JOURNAL

La une d'un journal désigne sa première page.

C'est la page la plus importante d'un journal puisque c'est généralement la seule qui sera visible avant l'achat du journal. Il s'agit donc pour le comité de rédaction de faire en sorte que la une soit suffisamment synthétique et attractive pour favoriser l'acte d'achat et le désir de lecture. Elle doit permettre de renseigner utilement sur le contenu du journal.

Les unes des journaux ont pris une grande importance au cours du XX^e siècle, à tel point qu'elles sont parfois utilisées dans des expositions pour illustrer des événements historiques. Par exemple, dans les années 1970, le Centre Georges Pompidou a présenté une exposition sur le XX^e siècle mettant en œuvre uniquement des unes de journaux de différents pays.

La mise en page de la une est souvent finalisée en premier afin qu'elle puisse être présentée la veille aux téléspectateurs lors des journaux télévisés de fin de soirée.

Importance de la une d'un journal

À l'origine la une des journaux d'informations générales ne comprenait que peu de différences avec les pages centrales. On y trouvait généralement un bandeau contenant le titre du journal et les principaux renseignements sur le journal et le numéro concerné (adresse de la rédaction, nom du rédacteur en chef, date et référence du numéro...). En dessous de ce bandeau se trouvaient les articles répartis sur plusieurs colonnes verticales. Parfois des encadrés permettaient de mettre en valeur une courte information (un éphéméride par exemple, voire une réclame) ou le début d'un article qui se continuait dans les pages centrales.

Au fil des époques, la composition de la une des journaux a considérablement évolué pour permettre au lecteur d'avoir une vision rapide et efficace du contenu du journal et de l'intérêt qu'il trouvera à l'acheter et à le lire. La une est également devenue un support intéressant pour l'affichage de publicités.

Les résultats des études qui ont été entreprises sur le parcours de l'œil lors de la lecture, ont été utilisés par les sociétés de presse pour améliorer la composition de la une de leurs journaux en fonction des objectifs recherchés.

Composition de la une d'un journal

Les termes ci-dessous désignent les différentes zones composant généralement la une d'un journal (voir schéma). Selon le journal considéré, selon le numéro concerné et même selon l'actualité du jour, ces éléments ne sont pas tous toujours présents et peuvent occuper une surface variable. Par exemple lorsqu'un sujet est d'une grande importance, le titre recouvrira une plus grande partie de la surface de la une. Dans les cas extrêmes il peut même prendre la totalité de la surface. Cependant, les journaux essaient de conserver une homogénéité entre les différents numéros afin que l'identité du journal puisse être reconnue du premier coup d'œil par les lecteurs.

La composition de la une d'un journal fictif est un exercice courant dans les écoles, collèges et lycées en France.

Dénomination des zones composant la une d'un journal :

- a. le **bandeau**, tout en haut de la page, attire l'attention du lecteur sur un thème particulier (qui sera éventuellement détaillé dans les pages centrales du journal).
- b. La **manchette** : On y lit le nom du journal, son logo, Le prix du journal, la date, l'édition, l'adresse du siège social, les numéros de téléphone et publicité.
- c. La **tribune**, sous la manchette, est l'emplacement le plus important de la "une". C'est là que se trouve l'événement et le titre du jour.
- d. Une **sous-tribune** peut se trouver sous la tribune (ou parfois sur les côtés de la page). On y met en valeur des articles qui sont détaillés à l'intérieur du journal. Elle est composée d'une photographie suivie d'un résumé de l'information et de la mention de la page où lire l'article.
- e. Le **ventre** est le centre de la page. On y trouve le texte des articles de première page.
- f. Le **rez-de-chaussée** (ou **pied de page**) se situe dans le bas de la page, en son centre. On y trouve une information ou de la publicité.
- g. Le **cheval** se situe dans la partie droite du rez-de-chaussée. Il contient généralement un article qui se continue dans les pages centrales du journal.

Exercices

X. *Retenez des expressions :*

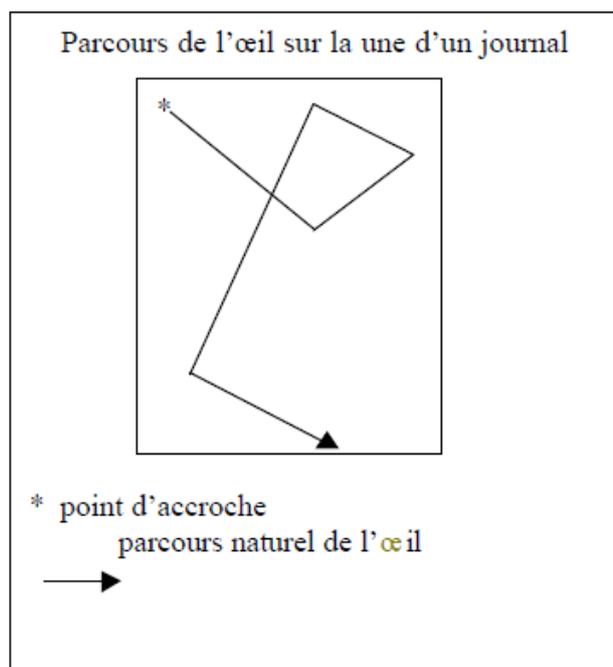
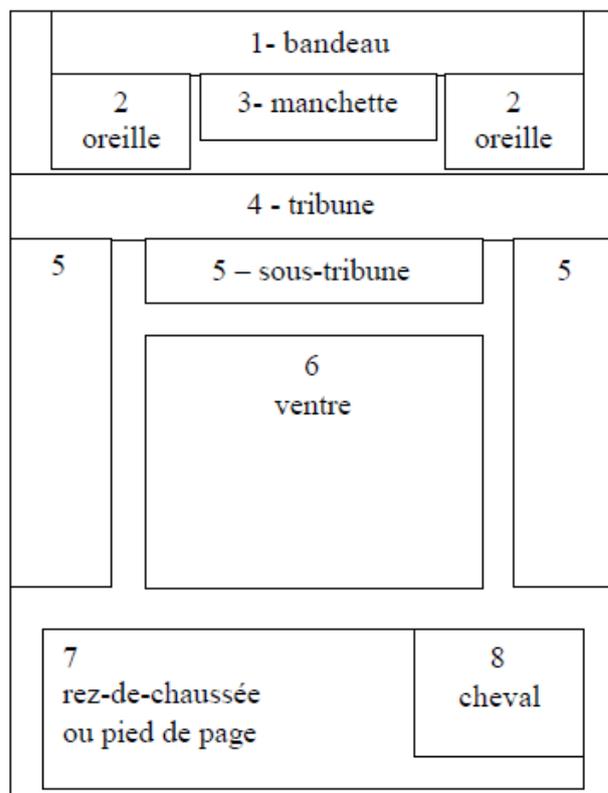
« Faire la une (des journaux) » ou « être à la une » : faire l'objet d'une forte attention médiatique.

« Tuer la une » : le fait pour un journal de changer la une à la dernière minute, pour tenir compte d'une importante nouvelle.

XI. *Décrivez la structure de la une d'un des journaux français d'après le schéma proposé.*

Structure (schéma) de la une d'un journal

- N° 1 bandeau : un gros titre
- N° 2 oreilles : un titre qui renvoie à une page intérieure ou une publicité.
- N° 3 manchette : titre du journal, prix, date, numéro.
- N° 4 tribune : le gros titre.
- N° 5 sous-tribunes : un éditorial, un début d'article, une illustration.
- N° 6 ventre : un article important.
- N° 7 rez-de-chaussée ou pied de page : autres articles moins importants.
- N° 8 cheval : un article qui continue en page intérieure.



La « une » d'un journal est **organisée** selon le parcours naturel de l'œil pour être **lisible**.

Exercices

XII. *Choisissez une des citations à réfléchir et exprimez votre opinion à propos du sujet donné:*

« Il vaut mieux faire l'information que la recevoir ; il vaut mieux être acteur que critique » (Winston Churchill).

« Un journal, c'est la conscience d'une nation » (Albert Camus).

« Trop d'information tue l'information » (N. Mamère, homme politique français).

« Le bonheur, c'est d'ouvrir le journal et de ne pas se voir dedans » (G. Harrison, guitariste des « Beatles »).

XIII. *Imaginez et écrivez cinq titres pour un journal daté de cette semaine ou pour un magazine féminin daté de ce mois.*

XIV. *Organisez les débats (les discussions) aux sujets suivants :*

Qu'est-ce que c'est que les « masse média » ? Quels en sont les composants ?

Quelles places réservez-vous aux différents moyens d'information ?

Caractériser la presse française selon ses genres. Quels sont les titres les plus connus de la presse périodique française ? Parlez-en.

Parlez des fonctions de la presse écrite en France. Est-ce important de lire la presse aujourd'hui ? Pourquoi ?

Qu'est-ce que c'est que la liberté de la presse ? Comment la comprenez-vous ?

La presse, peut-elle être complètement indépendante ? Argumentez.

Quelles rubriques dans les journaux trouvez-vous être les plus importantes, les plus intéressantes ?

Quelles sont les rubriques principales dans un quotidien ? Présentez-les.

Parlez de l'importance de la une dans un journal.

Parlez de vos impressions sur les articles que vous avez lus cette semaine. Qu'est-ce qui vous a frappé le plus ?