

Savoir dire pour savoir penser : INFORMER

Chapitre 3. Méthode : nous vous conseillons

3.1. Les marques énonciatives

INFORMER impose un **retrait du locuteur** ; ce dernier évite les marques de sa présence dans le discours, contrairement à la démarche qui consiste à convaincre et persuader

Exemple :

« *Un tsunami a balayé le nord-est de l'Archipel du Japon, vendredi 11 mars* »

==> sont absents les pronoms personnels ainsi que les **marques du jugement évaluatif** et du **jugement affectif**

Informer est donc une démarche objective, MAIS une rétention d'information peut être la **marque implicite** de la présence du locuteur !!

3.2. Le lexique spécialisé

INFORMER, c'est souvent **traiter d'un domaine spécifique**, et donc **s'appuyer sur un vocabulaire spécialisé**, économique, financier, écologique, etc.

Exemple :

En France, le taux de croissance de 4,38% en 1955 augmentait le PIB par habitant de 289 dollars.

3.3. Les définitions

INFORMER s'appuie fréquemment sur **des définitions**, particulièrement quand il s'agit d'articles de dictionnaire ou d'une encyclopédie, ou d'un article scientifique.

La définition :

Elle permet de poser une relation d'**équivalence** et de donner du **sens** à un concept.

Elle repose sur une base qui se veut rigoureuse.

Elle peut s'appuyer sur **deux procédés** :

- **en compréhension (propriétés d'un objet) : représentation abstraite,**

- **en extension (éléments constitutifs de l'objet) : représentation concrète**

Exemple :

Pour définir un parti politique, il vaut mieux une définition en compréhension qui évoque les choix idéologiques du parti.

==> Choisir de définir un parti par une définition en extension, ce serait choisir de nommer des hommes politiques de ce parti, ce qui révélerait notre incapacité à entrer dans une démarche d'abstraction.

3.4. La situation de communication

INFORMER, c'est renseigner sur la **situation de communication** ou « questions de **référence** ».

Cette méthode concerne certes en premier lieu journalisme et média ; **mais, si vous présentez un bilan de stage, ou un cas juridique, les réponses à certaines de ces questions sont indispensables pour la transmission efficace de votre information !**

- De **qui** s'agit-il ?
- De **quoi** s'agit-il ?
- **Où** cela s'est-il produit ?
- **Comment** cela s'est-il produit ?
- **Pourquoi** ?

Les **titres de journaux** dont **la fonction est avant tout informative** répondent aux trois questions : Qui ? Quoi ? Où ? Un développement de l'information répondra à « Comment ? » Et dans de futurs numéros à « Pourquoi ? », les causes d'un événement exigeant le plus souvent un temps d'observation et de réflexion (du moins en théorie !!!).

Repensons à l'exemple de la Roumanie, fin 1989, et de l'explication hâtive et... fautive, du charnier de Timisoara, **ce que le sociologue Pierre Bourdieu avait appelé « la circulation circulaire de l'information »**.
==> Parfois ce temps de distance face à l'événement n'est pas respecté ! Et la hâte de l'information transmet des explications erronées

3.5. L'organisation de l'information

L'INFORMATION doit être **clairement organisée** pour présenter une **structure cohérente**; au risque pour le locuteur, si tel n'est pas le cas, de ne pas se faire comprendre, d'où, l'échec de la communication.

3.5.1. Le procédé anaphorique

Deux procédés sont possibles :

- **Reprise nominale** : Ce procédé consiste en la reprise d'un mot par un terme équivalent désignant le même référent.

Exemple : Le Monde, 14 février 2011, p12

" L'Etat brésilien va se serrer la ceinture. La colonne dépense de l'Etat brésilien dans son budget 2011 **sera amputée** de quelques milliards de

dollars (22 milliards d' Euros). **Ces coupes** ne toucheront ni les investissements dans les infrastructures ni les programmes sociaux. / Ces **futures économies** ont pour but de combattre l'inflation [...] "

==> Ce procédé permet, par exemple, de **récapituler** une information antérieure : « Ces futures économies »

- **Reprise pronominale** : Ce procédé consiste à reprendre un terme par un pronom : il, elle, cela...

3.5.2. La cohérence du paragraphe

Il ne faut jamais perdre de vue l'exigence de l'information : ENONCER CLAIREMENT UN MESSAGE, c'est-à dire veiller à la cohérence du paragraphe vs répétition, piétinement de la pensée.

Toute **phrase comporte deux parties** :

- un **thème** (de quoi parle-t-on ?)
- et un **propos** (ce que l'on dit du thème abordé) : le propos permet l'apport de nouvelles informations, c'est ce qui permet la progression de l'information

Exemple :

Nathalie Kosciusko-Moriset, très active secrétaire d'Etat chargée de la Prospective et du développement de l'économie numérique, rendra publique le 13 octobre prochain, une **charte sur la protection des données personnelles numériques** (==> THEME) **signée avec des réseaux sociaux** (Skyblog, Trombi, Viadeo, Copains d'avant, facebook) et des moteurs de recherche (dont normalement Google). Elle **concerne**, entre autres, les **traces volontaires**, celles que vous laissez ou que d'autres laissent sur vous. NKM nous en a livré les grandes lignes : « Renforcer la pédagogie vis-à-vis des internautes » [...] « mieux gérer la désindexation des documents » [...] (==> PROPOS)

3.5.3. La progression thématique

- **Progression linéaire** : Chaque phrase repart du propos de la phrase précédente.

Exemple : Le Monde de l'Education, n°107

" Alors que l'Allemagne compte 40000 professeurs de mathématiques et de sciences au chômage (==>THEME), les Etats-Unis en manquent cruellement (==> PROPOS). Cette **situation** a donné une idée aux responsables de Georgie [...] "

- **Progression à thème constant** : Elle consiste à reprendre le thème de la première phrase pour lui apporter une **suite d'informations**.

Exemple : Le Monde, 30 novembre 2010, p.4

" Polluée, surpeuplée, engoncée dans un carcan d'embouteillages, **Djakarta** a-t-elle atteint son poids de saturation ? A première vue la **capitale de l'Indonésie** semble être le contre modèle du développement harmonieux ;

(**ellipse de « elle est »**) Une sorte de précipité caricatural de la mégapole invivable réunissant tous les mots des villes des pays émergents ; C'est la plus grande ville du monde [...]"

- **Progression à thème éclaté** : Elle consiste à décomposer en éléments multiples le thème de la première phrase.

Exemple : Internet, réputation et droit à l'oubli in Télérama, n° 3169, p.28

" L'enjeu pour ces ados comme pour tous, est de pouvoir, le jour souhaité, **tout effacer ; impossible** aujourd'hui : les **moteurs de recherche** et les réseaux sociaux sont aussi omniprésents sur le net qu'injoignables dans la vraie vie. Les **hébergements de sites** [...] ne désactivent un lien que sur injonction de la justice [...]. Et les **procédures judiciaires** [...] sont aléatoires."

3.5.4. La hiérarchisation de l'information

- Elle est mise en évidence par la disposition en **paragraphes**, par les **titres**, par un système de **numérotation**.
- Elle s'appuie sur les **marqueurs d'intégration linéaire**. Ces marqueurs ont pour fonction de structurer la linéarité du texte. Leurs valeurs essentielles dans l'**organisation spatiale** sont :
 - l'**ouverture** : en premier lieu ; l'un...,
 - le **relais** : l'autre ; en second lieu...,
 - la **fermeture** : enfin ; pour terminer...
- Elle peut s'appuyer sur une structure dite **pyramide inversée**. L'information est organisée par ordre décroissant d'importance : amorce, présentation des faits qui expliquent l'amorce.

Exemple : Le Monde Economie, 10 mai 2011

« LES VOISINS DE LA ZONE EURO SAISIS PAR LE DOUTE (**amorce**)

Le plan d'aide au Portugal devrait être entériné le 16 mai par l'Euro-groupe, après ceux de la Grèce et de l'Irlande (**sous-titre**)

Le Royaume uni, Pologne, République tchèque, Roumanie et pays baltes mesurent les atouts et les risques d'une monnaie nationale (**sous-titre**)

[...] « la difficulté à refinancer la dette, la hausse de l'inflation liée aux spéculations sur les matières premières, font réfléchir les futurs adhérents à l'union monétaire. Seuls les pays baltes restent convaincus [...] » (**corps du texte**)

3.5.5. La maîtrise de l'information

- Il faut éviter 3 erreurs majeures : **précipitation ; exagération ; inattention**.
- Il faut s'en tenir aux **données observables**, au factuel et s'efforcer de distinguer les faits des commentaires qui proposent analyse et interprétation des faits. Il faut s'assurer du **degré de crédibilité des sources**.

Exemple : Titres du journal Le Monde, 17 Mai 2011

"La presse mondiale s'est emparée comme un seul homme de l'affaire DSK" : titres chocs, factuels, analytiques ou ironiques

" Une femme de chambre bloque la Grèce " : pour un journal athénien en voici un aperçu global.

==> *Ces titres témoignent de la « variabilité » du traitement informatif*

Il est nécessaire d'user des **modalisateurs**, termes qui permettent d'émettre des réserves quant à la véracité de toutes les données de l'information.
Exemples : **il semblerait..., on rapporte..., on aurait vu...**