

RACONTER DE MEILLEURES HISTOIRES : 75 CONSEILS POUR PRODUIRE DES ARTICLES PLUS SOLIDES, DE LA PRÉSENTATION À LA PROMOTION

Il y a des dizaines de façon d'améliorer votre habileté à écrire, et plein de livres et de séminaires pour vous y aider. Voici une liste facile à consulter de 75 conseils que j'ai présentée à MagNet en 2014 – numérisez la liste et reprenez quelques astuces qui pourraient vous convenir.

TROUVER DE MEILLEURS SUJETS

A. Consultez votre réseau à plus grande échelle

- Lisez des parties de journaux que vous ne lisez pas normalement.
- Visitez des sites Web que vous ne visitez pas normalement.
- Proposez un sujet qui n'a aucun intérêt pour vous. Menez une recherche Google sur la question et lisez trois liens qui s'y rapportent.
- Lisez des gazouillis de gens avec qui vous n'êtes pas d'accord sur Twitter. Cliquez sur les liens vers les articles qu'ils partagent.
- Lisez sur un sujet qui intéresse des lecteurs qui ont 20 ans de moins ou 20 ans de plus que vous.

B. Fouillez davantage

- Prenez un sujet chaud. De quel aspect tout le monde a-t-il traité pour le couvrir? Pouvez-vous adopter un point de vue opposé?
- Jetez un coup d'œil derrière ceux et celles qui jouent un rôle de premier plan sur le sujet. Y a-t-il quelqu'un, en marge du sujet, qui pourrait fournir un point de vue nouveau pour raconter l'histoire (par exemple : l'homme qui a creusé la sépulture de JFK dans la rubrique classique « It's an honor », de Jimmy Breslin.)
- Pensez à utiliser de nouveaux angles d'approche. Si quelqu'un l'aspect humain vécu à l'occasion du tamponnage de plusieurs véhicules, pouvez-vous couvrir la question de nouveaux développements en matière de technologie automobile qui pourrait réduire la probabilité de collisions?
- Reprenez un sujet exceptionnel. Si vous voyez un article que vous aimeriez avoir écrit, trouvez une façon de lui donner une saveur locale et présentez-le dans un autre marché.
- Prenez le temps d'échanger : les idées d'articles viennent de plusieurs sources – une personne qui fait la file à l'épicerie, le parent à côté de vous au match de soccer. De quoi parlent les gens?

C. Trouvez un sujet chaud

- Demandez aux spécialistes les vraies histoires – qu'ont négligé les autres reporters?
- Lisez ce que les spécialistes lisent : sites Web, journaux spécialisés.
- Veillez à ce qu'on puisse vous trouver lorsque quelqu'un a un tuyau à communiquer – rendez vos coordonnées accessibles en ligne.
- Allez à des conférences de spécialistes.
- Fréquentez des gens avisés – en ligne (Twitter et ailleurs) et en personne (conférences, par exemple).

DOCUMENTER DE MEILLEURS ARTICLES

A. Menez votre recherche de la même façon que vous rédigez votre article

- Affûtez votre angle d'approche.
- Trouvez des personnages clés.
- Brossez des scènes irrésistibles.
- Ne dites pas au chef de la rédaction qu'il devrait porter attention à cet article : présentez-le de façon tellement irrésistible qu'il ne pourra s'empêcher d'y porter attention.
- Affichez-vous comme la personne la mieux habilitée à écrire l'article.



B. Veillez à bien connaître le marché

- Lisez, lisez, et lisez encore.
- Mentionnez au moins un article récent de la publication ou du site cible dans votre présentation.
- Tirez des leçons d'excellentes présentations : trouvez des exemples de présentations exceptionnelles en ligne. Écoutez « [Elevator Pitches](#) » de l'émission Under the Influence de la radio de CBC.
- Apprenez à bien connaître la concurrence.
- Tenez-vous informé sur l'industrie : Lisez [Canadian Magazines Blog](#), [Masthead Online](#), [mediabistro](#) quotidiennement.

C. Connaissez bien le chef de la rédaction

- Trouvez votre partenaire dans la chaîne de production : si vous êtes rédacteur débutant, approchez plutôt des rédacteurs débutants. Ils sont plus susceptibles d'avoir le même âge que vous, et essaient également de se monter leur propre groupe de rédacteurs.
- Parlez aux autres rédacteurs : avec qui aiment-ils travailler?
- Faites vibrer votre fibre sociale dans les médias sociaux : établissez des liens avec des chefs de la rédaction sur ces plates-formes.
- Conversez avec des chefs de la rédaction : trouvez ce qui les intéresse.
- Facilitez la vie des chefs de la rédaction : envoyez-leur des axes d'articles – même si ce ne sont pas les sujets sur lesquels vous prévoyez écrire.

[Pour plus de conseils sur la présentation d'articles, voyez la fiche Hotsheet de David Haye : « [Conseils de rédaction d'une lettre de proposition vendeuse](#) »]

RECHERCHE POUR DE MEILLEURS ARTICLES

A. Allez sur la ou les scène(s) du crime

- Prenez des photos d'endroits clés liés à votre article.
- Prenez des notes et brossez des esquisses. Demandez-vous : « Est-ce que quelque chose a changé depuis que les événements couverts dans votre article ont eu lieu? »
- Parlez à des gens qui connaissent les lieux
- Allez sur place avec une source, et demandez-lui de vous faire visiter la scène.
- Allez-y au bon moment de la journée – si la scène a eu lieu la nuit, allez-y la nuit.

B. Allez à la chasse aux sources

- Demandez-vous toujours : « Y a-t-il quelqu'un d'autre à qui je devrais parler? »
- Reliez le propos de l'article à une personne : Qui peut avoir accès à des documents qui contiendraient l'information dont vous avez besoin? Par exemple, l'expert en sinistres de la compagnie d'assurance dans le cas d'un accident.
- Parlez-en : Parfois, les conversations informelles vous guideront vers d'autres sources.
- Essayez l'astuce du temps présent : Demandez à une source de vous raconter les événements, mais faites-en la narration au présent plutôt qu'au passé. Parfois, un changement du temps des verbes replace l'intervenant plus efficacement sur la scène, rappelant à sa mémoire des aspects qu'il aurait autrement oubliés.
- Faites l'essai de l'astuce du chien idiot : Si une source est muette, ou si vous pensez qu'elle n'a pas entièrement répondu à la question, tirez parti du silence. La plupart des gens parlent pour meubler le silence.

C. Faites vos devoirs

- Obtenez le plus de précisions possible. Ils ont un chien? Quel est son nom?
- Ayez suffisamment d'information pour savoir quelles questions poser. Dites à la source A que vous prévoyez parler à la source B – et demandez-lui quelles questions elle poserait à cette personne si elle en avait la possibilité.
- Essayez la stratégie de l'ivrogne idiot : Si quelqu'un vous présente une explication complexe d'un aspect, demandez-lui de reformuler l'explication comme si elle s'adressait à une personne ivre.
- Allez au-delà de Google. Faites la chasse aux sources principales et (respirez!) aux livres épuisés.
- Laissez la porte ouverte : Remettez toujours à vos sources vos coordonnées et dites-leur qu'elles peuvent communiquer avec vous si autre chose leur vient à l'esprit.





RÉDIGER DE MEILLEURS ARTICLES

A. Mettez-le sur papier :

- Vous êtes un auteur. Écrivez quand vous possédez votre sujet – ce qui signifie de ne commencer à écrire que lorsque vous aurez fait suffisamment de recherches pour sentir que vous maîtrisez le sujet.
- Comprenez qu'une première ébauche n'est jamais parfaite. Comme le disait le compositeur de chansons Bill Withers : « Vous ne pouvez atteindre le merveilleux sans labeur. »
- Écoutez comment vous racontez l'histoire lorsque vous en parlez : Y a-t-il des indices dans votre narration qui vous aideront à choisir votre entrée en matière? Votre structure?
- Écoutez ce qui surprend les gens – peut-être êtes-vous tant absorbé par l'histoire que vous ne voyez plus ce qui suscite l'intérêt du lecteur en général.
- Commencez au début. Ou au milieu. Ou à la fin. L'important, c'est de commencer.

B. Retravaillez votre texte :

- Les scènes choisies sont-elles les bonnes? Font-elles avancer l'action?
- Les détails choisis sont-ils les bons? Établissent-ils une atmosphère? Communiquent-ils les traits d'un personnage?
- Où sont les trous?
- Lisez TOUJOURS votre article à haute voix.
- Prenez vos distances de l'article un jour ou deux. Revenez et lisez votre article à tête reposée.

C. Permettez qu'on vous guide

- Et reconnaissez que tous ne peuvent être votre guide.
- Soyez conscient de vos propres lacunes comme rédacteur.
- Soyez également conscient de vos forces.
- Si un chef de la rédaction juge une section insatisfaisante, passez le tout en revue pour cerner le problème et proposez une solution qui vous conviendra à tous deux. Vous n'êtes pas tenu d'accepter tous les correctifs suggérés, mais vous devez résoudre les problèmes relevés dans l'ébauche.
- Investissez votre énergie dans des relations qui améliorent votre maîtrise de la rédaction. Collaborer avec un chef de la rédaction que vous estimez être un idiot? Allez jusqu'au bout cette fois-ci, et présentez votre projet à quelqu'un d'autre la prochaine fois.

PROMOUVOIR DE MEILLEURS ARTICLES

A. Soyez votre propre publiciste

- Publiez-le sur Twitter, partagez-le, envoyez-le par courriel, publiez-le sur votre site Web/blogue/Tumblr.
- Assurez-vous que vos sources en obtiennent des copies.
- Participez aux conversations en ligne au sujet de votre article... mais ne vous laissez pas prendre au filet des trolls!
- Gagneriez-vous à participer à une ou deux entrevues qui feraient œuvre de publicité?
- Surveillez les occasions de pages en regard de l'éditorial relié à votre article.

B. Obtenez-en plus pour votre effort (ou vos heures de travail)

- Devriez-vous travailler pour rien? Uniquement si cela peut contribuer à susciter des occasions payantes. Peut-être serait-il préférable de créer un blogue ou un autre projet spécial qui fait valoir vos compétences.
- Écrivez sur ce qui compte pour vous et soignez ce que vous écrivez.
- Ayez toujours un projet qui vous passionne sur la table.
- Sachez quand dire non, et sachez quand dire oui.

C. Gérez bien vos activités

- Mettez de l'ordre — sur votre bureau et dans votre tête.
- Ne laissez rien au hasard (vos impôts, votre facturation).
- Un peu d'argent peut vous valoir beaucoup de liberté : ayez un fonds pour les périodes creuses.
- La réputation est importante. Comment se porte la vôtre?
- La rédaction à la pige est un métier exigeant. Si vous n'en êtes pas passionné – et si vous vous en plaignez constamment – vous devriez vous réorienter.