

# DÉFINIR LA THÉMATIQUE ET LA PROBLÉMATIQUE DU MAGAZINE :

## Son public, ses enjeux, et le cadre de sa publication

### Contexte de la séance

Après avoir découvert les caractéristiques des magazines et des hors-séries cette séance fait office de “brainstorm collectif” pour lancer le projet.

### Objectifs de la séance

> Définir collectivement les grandes lignes et fondements du projet de magazine

### Acquis d'apprentissage

- Au terme de la séance, l'élève sera capable de
- Expliquer simplement ce qu'est une cible, un lectorat
  - Comprendre que la production journalistique est faite de choix
  - Se projeter dans un projet concret en exprimant ses idées

### Matériel nécessaire

[- Le support de présentation de la séance 2](#)

### Déroulement

#### 1/ COMPRENDRE ET DÉTERMINER LA CIBLE

(SLIDE 2)



Pour réaliser un magazine, il faut définir à qui on va s'adresser, car un projet journalistique [*ici un magazine hors-série sur l'école/la commune/le quartier/un événement spécifique*] s'adresse toujours à une cible prioritaire : le lectorat.

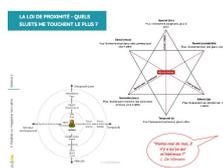
Par exemple dans le cadre d'un établissement scolaire, il peut s'agir des élèves, des professeurs, des parents d'élèves, ou des habitants du quartier dans lequel est implanté l'établissement. On peut choisir plusieurs cibles à la fois, elles vont s'entrecroiser.

ex: Les élèves et les parents d'élèves, les parents habitant dans le quartier et les autres habitants du quartier qui ne sont pas forcément parents d'élève. La cible qui est à atteindre en priorité, celle qui est susceptible d'être la plus intéressée s'appelle le “cœur de cible”.

Pour produire des contenus susceptibles de leur plaire, il faut connaître le plus précisément possible les cibles : âge ? situation familiale ? habitudes, goûts...

#### 2/ COMPRENDRE LA LOI DE PROXIMITÉ

(SLIDE 3)



→ Le sujet qui nous intéresse le plus, c'est nous. (“Parlez-moi de moi, il n’y a que ça qui m’intéresse !” L. De Vilmorin)

Ensuite, c'est ce qui nous entoure et nous concerne directement.

Le fait de s'intéresser à ce qui nous touche le plus s'appelle la Loi de Proximité.

A l'aide de la slide 3 du support de présentation, évoquez avec les élèves la notion de "loi de proximité" en lien avec le projet du magazine hors-série à produire et la croiser avec la notion de cible précédemment abordée.

Après avoir abordé ces 2 premiers points, demandez aux élèves de répondre en groupe aux questions 1/ et 2/ de la fiche annexe "Fiche pour affiner le projet de magazine". (Quelle est selon vous la cible de notre projet ? Quelles sont ses caractéristiques ?)

### 3/ DÉFINIR UN ANGLE

(SLIDES 6-9)



***Dans le cadre du journalisme, vous devez avant de vous lancer dans la production de votre enquête, formuler une question à laquelle vous allez devoir répondre. En journalisme, on appelle ça un angle.***

Choisir un angle précis, c'est se prémunir deux fois. Cela permet d'éviter les généralités et de vouloir tout dire sur un sujet. Un papier qui voudrait trop en dire risque de ne plus rien dire du tout.

***Cela permet donc d'éviter l'éparpillement et de poser la/les bonne(s) question(s) en fonction de contraintes.***

La pratique le démontre, la non prise en considération d'un angle quand il s'agit de rédiger un article de presse expose l'auteur-e à l'éparpillement, qui peut être extrêmement néfaste pour le lecteur qui, au bout de l'article, va se poser la question : mais où il voulait en venir, le journaliste ? Et même, peut être – ce qui serait plus grave – où voulait en venir l'interviewé ?

Une fois le sujet circonscrit, il faut choisir un point de vue pour l'observer, puis rendre compte de ces observations. Ce choix n'est pas neutre. Il dépend de multiples facteurs, liés au contexte. « Angler un papier, c'est d'abord poser une (bonne) question dans un contexte donné, en termes de moments, de valeurs et de lectorats. Le savoir faire du journaliste se fonde d'abord sur la formulation d'une bonne question. »

**Ce qu'il y a dire aux élèves :**

(SLIDES 6-7)

*Une fois qu'on a choisi le thème de l'enquête, il va falloir définir par quelle "porte d'entrée" on va l'aborder, il faut faire un choix car pour le même sujet, il y a 1000 façons de l'aborder et on ne peut pas tout traiter!! Par exemple, ce tableau montre des coréens qui visitent un zoo. On peut apercevoir une multitude de personnages (à suivre à la slide d'après)...*

*... On peut raconter l'histoire du point de vue de l'enfant dans les bras de son papa, qui voit des singes pour la première fois et qui deviendra passionné et spécialiste des primates par la suite. Ou bien la petite fille au dos tourné qui cueille des fleurs, car elle a été emprisonnée dans la secte du Singe pendant 6 ans et refuse à présent de regarder cet animal qui lui fait ressurgir des mauvais souvenirs. Chacun de ces exemples est un angle, une façon dont traiter le sujet, qui va exclure certaines autres informations de notre enquête. Un angle, c'est un choix.*

**Ce qui nous permet de choisir un angle, c'est la loi de proximité donc l'adéquation avec la cible.**

**Sans oublier la faisabilité** . La faisabilité doit être étudiée avant la même les premières recherches. Il s'agit de mesurer si l'on dispose des sources, du temps et des moyens nécessaires pour traiter le sujet sous l'angle choisi.

(SLIDE 8)

***Mettre en exercice les élèves en leur demandant de s'atteler à trouver des angles pour le salon du jouet***

On peut choisir parmi de multiples angles. Si l'événement est très important, on peut lui consacrer plusieurs angles dans une même édition et constituer un dossier.

**Par exemple : Le sujet du salon du Jouet**

Dans le cadre du Salon du Jouet et du Jeu, on peut aussi se demander de quel angle on va aborder un sujet si vaste?

Si c'est un magazine féminin comme "Elle" qui en parle, elle va le traiter d'un angle "famille": comment réunir petits et grands autour d'un même jeu? Quels sont les jouets qui font faire fureur pour Noël 2017? Si c'est le magazine "Alternatives Économiques" qui en parle, ce sera plutôt tourné vers l'économie du jouet, les pays émergents dans la production du jouet, etc... L'angle abordé va dépendre de la ligne éditoriale du magazine, tout comme l'angle que vous allez aborder dans votre enquête va dépendre de la ligne directrice de votre agence.

**Autre sujet :** La marée noire. (pas forcément à traiter)

Quelques angles possibles : Quel est le coût de la marée noire pour Total Fina ? Quelles sont les répercussions pour l'action en bourse de Total? Quelle action du grand public vis à vis des stations Total ? Quels risques pour les oiseaux mazoutés ?

**4/ LA THÉMATIQUE ET LES SUJETS**

En groupe ou individuellement (au choix, mais le nombre d'impressions en dépend), les élèves remplissent la partie 3/ de la fiche annexe "Fiche pour affiner le projet de magazine".

Cette étape peut durer un certain temps puisqu'elle pose les bases des sujets qui seront traités. Les groupes pourront être réajustés par la suite.

**Ressources, liens utiles**

<https://mediascolaire.wordpress.com/2016/04/24/la-loi-de-proximite/>

