

CHAPITRE II

Techniques de persuasion au niveau de la macro-organisation textuelle

Nous avons vu dans le chapitre précédent les constituants situationnels et contextuels des publications. A partir d'ici, nous voulons aborder comment les idées persuasives prennent forme. Sous forme de texte journalistique, la publication ne se limite pas qu'aux textes informatifs malgré le nom "MSF Infos". Au contraire, les articles de presse sont systématiquement servis comme outils persuasifs, à travers la présentation du contenu, du message et de l'image, grâce à l'enchaînement des idées qui mènent les lecteurs-prospects vers la donation.

A ce sujet, nous pouvons saisir ces différents aspects à deux niveaux de la macro-organisation : la forme et les idées. Le premier dépend de la présentation des différentes parties tandis que le deuxième se situe au niveau des idées et de leur articulation, pour aboutir à la finalité prévue. La composition du texte structure les idées et les rend concrètes, systématiques et compréhensibles. Pour exprimer les idées, le journaliste sélectionne des angles et présente les informations captant l'attention des lecteurs à l'aide de la présentation visuelle. Après avoir réussi à retenir leur attention, il est capable de leur donner les informations voulues qui sont persuasives d'après leur point de vue.

2.1 Une publication à aspect journalistique

2.1.1 La diversité de genres textuels

Le médium joue un rôle important dans l'analyse des textes d'aujourd'hui. Comme le dit Maingueneau, ce fait est différent des études littéraires dans lesquelles les textes ne sont que des suites de phrases douées de sens. A présent, "le médium n'est pas un simple moyen de transport pour le discours, mais qu'il contraint ses contenus et commande les usages qu'on peut en faire."¹ Ce que l'auteur appelle le "mode de manifestation matérielle" semble si important que sa transformation importante "modifie l'ensemble d'un genre de discours".²

Maingueneau propose de catégoriser l'immense variété de textes en employant différemment "genres" et "types". D'après lui, le type représente un

¹ Dominique Maingueneau, Analyser les textes de communication (Paris : Nathan, 2000), p. 57.

² Ibid.

ensemble plus vaste dans lequel s'inclut le genre.³ Nous voyons, dans le type de la presse écrite comme MSF Infos, les genres distingués par l'objectif de communication et l'organisation formelle qui comporte le texte et l'image.

Les trois grands genres de textes trouvés dans les publications MSF Infos sont des articles de presse, des éditoriaux et des textes de quête toujours accompagnés par un coupon de réponse. Le premier se classe dans la catégorie d'article d'information et le deuxième, article de commentaire. Quant au troisième, grâce à sa fonction de faire agir explicitement les lecteurs sur la donation, il a une fonction de quête, répétant ou soulignant les crises déjà mentionnées dans les autres textes pour motiver la participation des lecteurs ou donateurs potentiels dans les opérations de MSF.

Les articles dans MSF Infos sont majoritairement des reportages qui impliquent le journaliste et sa perception de l'événement dont il se fait témoignage. Il arrive aussi que l'auteur rédige les expériences rapportées par des volontaires. D'après Abensour, Pinhas et Tournadre,⁴ le reportage est fréquemment présenté sous la forme d'un récit apte à capter l'attention du lecteur. Le reportage doit "donner à voir, à entendre, à sentir et à ressentir ce que le journaliste a lui-même vu, entendu, senti, ressenti sur le terrain."⁵

L'éditorial est une prise de position du Président de l'association MSF qui est aussi le directeur de la publication, sur un fait d'actualité. Souvent accompagné de sa photo, de son nom et de son titre, le texte éditorial engage l'image du journal. Mais il existe parfois des textes sans photo ni nom. L'emplacement de cet article est très valorisé : il se place toujours en page 2, après la couverture et avant tous les autres articles sauf si l'espace est limité, tel que dans les dépliants, l'éditorial peut apparaître juste sur la couverture ou peut même disparaître.

Le texte de quête se place toujours dans les deux dernières pages. Les activités régulières qui comportent l'opération "faire un legs" se trouvent toujours à la page 15 et l'opération "1 Franc par Jour" toujours en dernière page. Ce genre de texte fonctionne comme moyen de faire agir les lecteurs sur la donation en les informant comment ils peuvent rejoindre l'association pour porter secours aux victimes dont ils ont lu les histoires dans les autres articles. Par rapport aux deux premiers genres de texte qui persuadent tout au long de la lecture sur la misère, le texte de quête est une dernière exigence, un rappel avant que les lecteurs n'abandonnent le journal.

³ Ibid., p. 47.

⁴ Corinne Abensour, Luc Pinhas et Marie-Hélène Tournadre, Pratique de la communication écrite (Paris : Nathan, 1998), p. 70.

⁵ Marc Capelle, Le guide de l'usage des médias (Lille : Ecole Supérieure de Journalisme de Lille, 1994), p. 55.

Nous trouvons encore d'autres textes non-thématiques qui n'appartiennent pas aux genres principaux ni aux thèmes spécifiques, par exemple, un article annonçant la naissance du site internet de MSF et de petits textes dans lesquels l'association remercie les donateurs institutionnels qui lui ont apporté des soutiens. Ces articles sont informatifs et n'ont pas une forme spécifique, souvent en forme de "brève" ou "l'information réduite à sa plus simple expression [...] de donner tout de suite le message essentiel."⁶

L'organisation formelle de la publication se constitue des parties qui classent les genres, informent sur les thèmes abordés, facilitent et rythment la lecture. Ces composantes sont visuellement distinguables et ont des effets sur la lecture. Tous les genres ont en commun les composantes que les lecteurs remarquent dès le balayage de lecture et qui leur permettent de prendre connaissance d'un article. Ces éléments peuvent paraître ou non selon le contenu à savoir—les informations à donner, selon l'espace rédactionnel et selon les techniques de chaque journaliste.

2.1.2 Les accroches graphiques et visuelles

2.1.2.1 La force des différentes parties de la publication

D'après Marc Capelle, les premiers éléments susceptibles de retenir l'attention d'un lecteur sont d'abord "les gros titres, les illustrations ; éventuellement, des brèves, des encadrés, des chapôts (chapeaux), le début ('attaque') ou les fins ('chutes')"⁷ Le lecteur lit très vite pour voir si ces éléments correspondent à ses centres d'intérêts. Ce processus de lecture est appelé "le balayage-repérage". Ensuite, il saisit à l'intérieur des articles, "des mots ou groupes de mots à fort contenu socio-émotionnel : noms propres de localités ou de services, noms communs 'proches' du lecteur".⁸

Les composantes comprennent surtout les éléments formels et graphiques qui résument l'essentiel de l'article et qui permettent "un circuit court" selon C. Peyroutet.⁹ Chaque partie se distingue par la hauteur, l'épaisseur, la couleur et les types des caractères. Quant à "un circuit long", d'après l'auteur, c'est "l'article lui-même, auquel on se réfère pour en savoir plus. Plus il est long et plus il faut le couper d'intertitres qui le balisent en le

⁶ Marc Capelle, Le guide de l'usage des médias, p. 52.

⁷ Ibid., p. 59.

⁸ Ibid.

⁹ Claude Peyroutet, La pratique de l'expression écrite (Paris : Nathan, 1991), p. 40.

résumant rapidement.”¹⁰ Cette idée correspond à ce que propose Maingueneau : “d’une part un fragment court et en gros caractères qui condense l’information et attire l’attention, d’autre part, pour le lecteur qui accepte d’aller plus avant, un texte en plus petits caractères où sont développés des arguments.”¹¹ Nous pouvons ainsi dire que les différentes parties jouent le rôle d’accrocher et d’informer.

a. Le bandeau

Le bandeau, selon Abensour et al.,¹² toujours en haut de page, permet le repérage de la rubrique et du sujet d’information traité dans la page dès la première phase de lecture. Dans MSF Infos il se présente en mots indiquant telle ou telle rubrique, accompagné par le logo rouge de l’association MSF. Il nous permet également de jeter un coup d’œil sur les thèmes principaux de chaque numéro. Les neuf numéros de MSF Infos sortis pendant l’année 1999 contiennent au total 45 articles et 10 textes de quête. Adaptées aux situations et aux sujets traités, les rubriques varient dans chaque numéro. En classant l’article dans un sous-ensemble du journal, elles sont parues ainsi :

Tableau 2 : Les rubriques dans MSF Infos de 1999

| Rubriques | Nombre de rubriques trouvées |
|--------------------------------|------------------------------|
| Editorial | 5 |
| Dossier | 4 |
| Missions | 1 |
| En direct des missions | 1 |
| Famine | 1 |
| Médical | 2 |
| Infos médicales | 1 |
| Enfance | 1 |
| Catastrophe | 1 |
| Actualités | 2 |
| Guatemala (Enfants des rues) | 1 |
| Couverture Maladie Universelle | 1 |
| www.paris.msf.org | 1 |

¹⁰ Ibid.

¹¹ Dominique Maingueneau, Analyser les textes de communication, p. 53.

¹² Corinne Abensour et al., Pratique de la communication écrite, p. 77.

Tableau 2 : Les rubriques dans MSF Infos de 1999 (suite)

| Rubriques | Nombre de rubriques trouvées |
|--------------------------|------------------------------|
| Brèves | 1 |
| Urgences | 1 |
| Catalogue cartes de vœux | 1 |
| Faire un legs | 4 |
| Un Franc par Jour | 5 |

Dans cinq numéros, malgré l'absence de bandeau, la lecture des titres nous permet de saisir l'essentiel des textes, correspondant d'une certaine manière aux rubriques régulières catégorisées en thèmes suivants :

Tableau 3 : Les articles hors rubriques dans MSF Infos de 1999

| Numéro | Nombre d'articles publiés | Thèmes parus |
|--------|---------------------------|--------------|
| 69 | 2 | La famine |
| 70 | 7 | Les urgences |
| 71 | 5 | Les réfugiés |
| | | Les urgences |
| | | La famine |
| | | La nutrition |
| 73 | 5 | Les urgences |
| 74 | 2 | La famine |

Le repérage peut se faire à l'aide des mots-clés qui indiquent les problèmes ou les localisations des problèmes. Des rubriques relevées, nous trouvons que les contenus des journaux MSF Infos concernent majoritairement les catastrophes, l'enfance, les nécessités médicales et la famine.

Christine Marcilly, une rédactrice de l'équipe de la rédaction MSF Infos, considère que "Médecins Sans Frontières est surtout connu en France pour ses actions d'urgence (catastrophes, guerres, etc.) et ce sont les documents qui suscitent le plus facilement la générosité de nos donateurs. D'une manière

générale, les sujets concernant les enfants ou la nutrition ont de bons résultats.”¹³

Il est fréquemment possible qu’une rubrique traite en même temps de plusieurs thèmes : certains problèmes en entraînent inévitablement d’autres, comme par exemple, les guerres causant la famine où les enfants sont les premières victimes. Pour ainsi dire, un article peut illustrer à la fois les problèmes majeurs de l’enfance, la famine et les guerres.

Il est aussi notable que, parmi les trois genres de textes importants, seuls les éditoriaux et les articles de presse sont introduits par le bandeau. Nous ne trouvons pas cette composante dans les textes de quête.

Les informations sont clairement présentées non seulement à travers les rubriques, mais aussi par d’autres éléments distinguables dès la première lecture. La visualisation facilite la lecture sans entrer encore dans le texte.

b. Le titre

Le titre, selon Capelle, “doit attirer l’attention (plus il est court, plus il est lu) et la retenir.”¹⁴ Le titre, précis, complet et original, doit être informatif et compréhensible sans que le lecteur continue à lire le texte. En ce qui concerne les caractéristiques visuelles, il se différencie typographiquement des autres composantes par son corps (hauteur) et sa justification (largeur). Plusieurs types de titres se distinguent ainsi :

1) Le titre informatif donne en quelques mots l’essentiel du message. Comme le dit Capelle, ce type de titre doit être immédiatement compréhensible, court et dense, précis et fidèle. C’est-à-dire qu’une construction simple est préférable. De plus, il vaut mieux qu’il respecte l’esprit de son papier et la hiérarchie de son information. Le titre ne doit pas “sur-vendre” ou “sous-vendre” l’article. Il est nécessaire qu’il soit neutre.

Les titres informatifs sont fréquents dans les neuf numéros de MSF Infos. Sachant choisir les angles les plus touchants de l’information, les rédacteurs jouent sur la vérité et les actualités sans inventer l’ampleur des problèmes. Prenons les exemples des titres informatifs des articles de presse :

Ils creusaient désespérément les fourmilières pour se nourrir
(n° 69, p. 1)

¹³ Christine Marcilly, courrier électronique, 11 juin 2001.

¹⁴ Marc Capelle, Le guide de l’usage des médias, p. 60.

10 millions de vaccins pour combattre l'épidémie
(n° 70, p. 4)

Mozambique : on meurt encore du choléra
(n° 70, p. 5)

Il est possible qu'un titre informatif se constitue simplement de chiffres ou d'informations neutres. Il arrive souvent que les titres servent à actualiser les missions de MSF :

Kosovo
110 volontaires aux côtés des réfugiés
(n° hors série de mai 69, p. 1)

Aider 18 000 personnes à se protéger de l'hiver
(n° 73, p. 4)

Médecins Sans Frontières de retour au Timor oriental
(n° 73, p. 3)

Le titre se réfère parfois au narrateur de l'évènement, un volontaire présent sur le terrain. Cette technique joue sur l'expérience de celui qui participe directement à l'intervention des missions de MSF, ce qui crée la confiance dans l'information :

Congo-Brazzaville : le témoignage d'un médecin
(n° 72, p. 12)

Dans certains cas, les groupes de noms sont préférables dans les titres denses et concrets. Les journalistes ne gardent que les mots qui donnent l'essentiel du message et qui sont à la fois accrocheurs, c'est ce que nous trouvons dans les titres suivants :

Les oubliés de Radusa
(n° hors série de mai, p. 7)

La maladie du sommeil, une maladie oubliée
(n° 68, p. 11)

Nutrition : En urgence
(n° 71, p. 4)

Enfances en danger
(n° 75, p. 5)

De plus, les titres nous paraissent comme repères pour comprendre l'intention de l'article. Ainsi, nous sommes informés, dès le début, de la conclusion qu'elle soit positive ou négative. que les titres nous présentent un problème ou une solution. Cette composante du texte sert à deviner le nœud de l'événement présenté tels que les titres suivants qui se réfèrent aux problèmes :

Thaïlande : Sida, médicaments trop coûteux
(n° hors série de mai, p. 10)

Réduits à manger des feuilles et des insectes
(n° 74, p. 1)

Etre exclus des soins en France
(n° 68, p. 3)

Les titres négatifs dans certains articles font appel aux problèmes dans lesquels les lecteurs-prospects peuvent pressentir la demande de soutiens, de secours, ou de connivence. Pour illustrer les problèmes majeurs pour lesquels la participation à la solution est exigible, certains titres servent à annoncer le but de la rédaction :

En Angola : Lutter contre la faim
(n° 71, p. 3)

Peut-être la misère persuade-t-elle les lecteurs plus que le bonheur. Parmi de nombreux titres, il existe rarement des titres positifs. Ceux-ci nous révèlent une solution proposée par MSF en face d'un problème, ou une meilleure situation, comme par exemple le titre suivant :

(Bandeau) Couverture Médicale Universelle
(Titre) L'espoir pour 6 millions de personnes
(n° hors série de mai, p. 13)

Les titres des textes de quête pour les opérations "Faire un legs" et "1 Franc par Jour" semblent aussi être une tentation pour identifier ce que sont les deux activités de collecte de dons, en utilisant la définition :

Faire un legs, c'est offrir l'avenir
(n° 68, p. 15)

Opération "1 Franc par Jour"
La solidarité au quotidien
(n° 70, p. 8)

Dans les titres informatifs, le message essentiel est explicite dès le titre, ce qui facilite la compréhension dans le texte avant la lecture. En outre, le

rédacteur peut annoncer l'avantage de ces programmes avant que les lecteurs ne passent à une autre page.

2) Le titre incitatif, selon Capelle, "doit attirer l'attention, surprendre, intriguer ou faire sourire le lecteur par une formule, un jeu de mots, un bonheur d'expression."¹⁵

Dans ce type de titres, les points de vue des journalistes et leur volonté de persuader sont explicites. Aussi ont-ils pour but de jouer sur les sentiments des lecteurs, tels que ceux-ci :

Sud du Soudan, décembre 1998
Un trop fragile espoir
(n° 68, p. 10)

Le drame des pays les plus pauvres
(n° 72, p. 4)

Les expressions imagées sont fréquentes dans les titres incitatifs, afin de susciter des sentiments émotionnels chez les lecteurs :

La terre en colère
(n° 73, p. 6)

Arrêtez le massacre
(n° 75, p. 1)

Au bord des larmes
(n° 75, p. 9)

Pour un souffle de vie
(n° 75, p. 13)

Parfois, les mots qui créent le suspense ou le doute semblent être une technique pour intriguer le lecteur, pour qu'il cherche la réponse et continue à lire le reste du texte. Prenons comme exemple les titres ci-dessous :

Après le passage du cyclone
(n° 68, p. 14)

Cinq ans, et l'espoir de survivre.
(n° 68, p. 12)

¹⁵ Ibid.

Dans les éditoriaux qui sont les articles de commentaire, les titres incitatifs doivent être considérés avec soin parce que l'auteur a un certain but et nous sommes obligés de les interpréter à l'aide d'une lecture entière du texte, comme par exemple :

A chacun son rôle
(n° 72, p. 2)

Tout Nobel que nous sommes...
(n° 75, p. 2)

MSF est connu pour l'intervention dans les urgences et les catastrophes ; ces deux thèmes peuvent capter l'attention ou provoquer une curiosité chez les lecteurs.

Urgences extrêmes
(n° 70, p. 1)

Epidémies
Une lutte sans merci
(n° 72, p. 1)

Il arrive aussi que les rédacteurs emploient des effets visuels ou sonores dans les titres :

Merci!
(n° 68, p. 2)

Dans ce cas, un seul mot peut capter la vue des lecteurs en s'adressant directement à eux, ce qui entraîne l'accroche et à la fois la proximité.

Quant aux effets sonores, les rédacteurs recourent aux figures rhétoriques pour que le titre soit attirant, telle que la répétition de la voyelle [i] dans le titre suivant :

Arménie
Au pays de milles soucis
(n° 75, p. 8)

Le rédacteur sait jouer avec deux mots initiés par les sons /mi/ comme dans "migrants" et "misère" :

Chine, les migrants de la misère
(n° 75, p. 10)

Nous trouvons aussi un exemple de titre qui emprunte la technique du détournement, qui emploie un élément connu par tous les lecteurs. Ici, le rédacteur imite le titre du chef d'œuvre de Marcel Proust A la recherche du temps perdu, dans le titre d'un article où il s'agit des enfants en errance :

Rescate : à la recherche d'une nouvelle vie

(n° hors série de mai, p. 12)

Ceci correspond à ce que Peyrouet appelle "titres parodiques" qui "utilise, récupère, en la transformant légèrement, une formule connue".¹⁶ Cette technique peut attirer l'attention des lecteurs et donne ensuite envie de lire le texte.

3) Le titre informatif et incitatif permet aux rédacteurs de présenter l'information d'une façon qui n'est pas absolument neutre. Ce type de texte "informe tout en donnant envie de lire"¹⁷. D'après Abensour et al., le titre et le sous-titre peuvent parallèlement introduire l'article. "Les stratégies informatives et incitatives se complètent souvent : titre informatif et surtitre (ou sous-titre) incitatif, ou l'inverse."¹⁸ Observons l'exemple suivant :

| | |
|-------------------------|-------------------------------------|
| (Bandeau) | Missions |
| (Titre incitatif) | 1998 : une Année Sans Frontières |
| (Sous-titre informatif) | Ce que nous avons fait grâce à vous |

(n° 68, pp. 8-9)

Alors, il est nécessaire d'envisager la présence du titre avec le surtitre (placés au-dessus des titres, par exemple le bandeau) ou le sous-titre (placés au-dessous des titres) qui ont pour fonction d'encadrer le titre et de compléter la fonction informative et incitative. On appelle l'ensemble titre + surtitre / sous-titre + chapeau la "titraille"¹⁹

Il faut aussi noter que l'éditorial ne comporte qu'un titre et un bandeau. Nous ne trouvons ni sous-titre ni chapeau. Quant aux textes de quête, le bandeau est absent. Il n'y reste que le titre sans chapeau.

c. Le sous-titre

En envisageant la titraille des articles de MSF Infos, nous remarquons la présence consistante des titres et des chapeaux, ainsi que les bandeaux. Par

¹⁶ Claude Peyrouet, La pratique de l'expression écrite, p. 51.

¹⁷ Corinne Abensour et al., Pratique de la communication écrite, p. 77.

¹⁸ Ibid.

¹⁹ Marc Capelle, Le guide de l'usage des médias, pp. 62-63.

contre, l'emploi des sous-titres n'est pas fréquent. Nous ne trouvons qu'un seul sous-titre dans l'article concernant les missions de MSF dans le monde :

(Bandeau) Missions
 (Titre) 1998 : une Année Sans Frontières
 (Sous-titre) Ce que nous avons fait grâce à vous
 (n° 68, pp. 8-9)

Dans cet exemple, le sous-titre est le titre secondaire placé après le titre principal en ayant la fonction informative. Il livre au lecteur l'information supplémentaire sans laquelle le titre incitatif ne dit rien. De plus, il incite à la lecture du texte en adressant la parole directement au lecteur "vous" qui inclut tous ceux qui ont déjà fait un don à MSF. La gratitude qu'il exprime à travers ce sous-titre est une accroche qui attire l'attention. Il n'en est pas moins vrai de dire qu'il a aussi un rôle complétif.

d. Le chapeau

Pour Abensour et al.,²⁰ le chapeau est un texte court dont la typographie est particulière. En précédant l'article, il permet à la fois de l'introduire ou le résumer. De plus, le chapeau permet de livrer les principaux contenus dès le début.

D'après Capelle, cette "étape intermédiaire", entre le titre et le texte, a une double fonction informative et incitative : il dit plus que le titre et donne envie de poursuivre la lecture puisque le lecteur a été attiré par le titre. Il doit être grammaticalement autonome par rapport au titre et au texte. Le chapeau n'est ni le premier paragraphe ni le simple résumé de l'article.²¹

Nous pourrions distinguer les fonctions plus particulières des chapeaux des articles de MSF Infos.

- a) Expliquer le titre, c'est-à-dire fournir des éléments complémentaires du message essentiel :

(Titre) Une crèche médicalisée
 (Chapeau) Casa Del Patojo, la "Maison de l'enfant", une crèche médicalisée, accueille des enfants d'un bidonville de Guatemala Ciudad.
 (n° 75, p. 7)

²⁰ Corinne Abensour et al., Pratique de la communication écrite, p. 78.

²¹ Ibid., p. 63.

b) Définir et concrétiser des mots du titre, ou donner des exemples :

(Titre) Le choix de l'enfant
 (Chapeau) Enfants des rues, enfants des bidonvilles, orphelins...Ils sont des milliers à Madagascar, au Guatemala, au Pérou, des centaines de milliers en Chine. Exclue parmi les exclus, victimes de la violence des adultes, du froid, de la faim...chaque jour, pour eux, est une nouvelle lutte pour la survie.
 (n° 75, p. 6)

c) Donner le contexte historique, situationnel ou culturel, les causes, les événements précédemment parus ou la présentation des personnages :

(Titre) Tchétchénie
 une guerre sans répit
 (Chapeau donnant le contexte situationnel qui entraîne des effets sur l'actualité)
 Depuis plus de trois mois, la population civile tchétchène est une nouvelle fois victime de la guerre menée par les forces russes. Du fait de l'insécurité, l'assistance aux populations déplacées dans les républiques voisines est extrêmement limitée. A l'intérieur de la Tchétchénie, elle est aujourd'hui quasiment impossible
 (n° 75, p. 3)

(Titre) Des équipes de rue auprès des jeunes en errance
 (Chapeau fournissant la connaissance de base sur le programme)
 Depuis 1995, en France, nous avons mis au point un mode d'intervention qui s'est révélé très efficace : les équipes de rue. Aujourd'hui, à Paris, ces équipes vont à la rencontre des jeunes en errance.
 (n° 68, p. 6)

(Titre) La maladie du sommeil, une maladie oubliée
 (Chapeau racontant le contexte social qui devient une cause du problème abordé)
 Sur plus de 1 200 nouveaux médicaments commercialisés entre 1975 et 1997, 11 seulement visaient le traitement d'une maladie tropicale. Une catégorie de pathologies pour laquelle la recherche médicale est aujourd'hui quasi inexistante. La maladie du sommeil est un exemple parmi d'autres,

qui illustre les conséquences dramatiques de ce désintérêt.

(n° 68, p. 11)

(Titre) Médecins Sans Frontières de retour au Timor oriental

(Chapeau racontant les événements chronologiques, précédents)

Le 21 septembre, les équipes de Médecins Sans Frontières ont été expulsées du Timor oriental par les groupes armés. Quelques jours plus tard, elles pouvaient à nouveau travailler à Dili et Baukau.

(n° 73, p. 3)

(Titre) Au bord des larmes

(Chapeau présentant le personnage principal)

Appelons-le A. Il a sept ans, il a mendié, il a été arrêté par la police et n'a aucune nouvelle de sa maman : un départ difficile dans la vie.

(n° 75, p. 9)

d) Répondre aux questions fondamentales de qui, quoi, quand, où, pourquoi et comment :

(Titre) Chine, les migrants de la misère

(Chapeau explicitant qui sont les "migrants" cités dans le titre)

Orphelins, victimes de la violence familiale ou d'un handicap de naissance, les enfants en errance sont la plus criante manifestation de la pauvreté qui sévit dans certaines régions de Chine.

(n° 75, p. 10)

(Titre) Pour un souffle de vie

(Chapeau précisant le lieu et l'activité de MSF)

A l'hôpital de Stepanakert (Arménie), Médecins Sans Frontières a décidé de donner aux malades de tuberculose multi-résistante les mêmes chances de guérir qu'aux patients des pays occidentaux. Un pari difficile, une bagarre contre la mort, cas par cas, patient après patient.

(n° 75, p. 13)

(Titre) Un mois d'urgence aux frontières du Kosovo

(Chapeau précisant quand "un mois d'urgence" a eu lieu et ce que MSF a fait pendant ce temps-là)

A la fin du mois de mars, des centaines de milliers de Kosovars sont expulsés vers les pays voisins.

Des équipes de Médecins Sans Frontières partent leur porter secours en Albanie, au Monténégro et en Macédoine. Dans le même temps, les volontaires encore présents au Kosovo doivent évacuer Pristina. Depuis des semaines déjà, les programmes médicaux ne pouvaient plus être menés dans les villages isolés du fait de l'insécurité.

(n° hors série de mai, p. 4)

(Titre) 10 millions de vaccins pour combattre l'épidémie
(Chapeau présentant le moment et les moyens de MSF pour combattre la maladie)

4 500 malades : depuis février, les équipes de Médecins Sans Frontières se battent pour prendre l'épidémie de vitesse.

(n° 70, p. 4)

(Titre) Mozambique : on meurt encore du choléra
(Chapeau illustrant comment la maladie devient sérieuse)

L'an dernier, le Mozambique avait déjà été durement éprouvé par l'épidémie de choléra qui avait atteint 10 pays d'Afrique. Grâce à une bonne prise en charge de la maladie, et avec l'arrivée de la saison sèche, l'épidémie avait cessé de progresser. Mais ce n'était qu'un bref répit.

(n° 70, p. 5)

Il est nécessaire de constater que des chapeaux, textes brefs à la suite des titres, ne se trouvent que dans les articles, non dans les éditoriaux ni les textes de quête. Certains numéros non plus, tels que les petits dépliants numéros 69 et 74, que nous étudierons plus tard au sujet du format.

e. L'intertitre

L'intertitre ou "inter" dans le jargon journalistique est, selon Capelle,²² un groupe de mots "placé à l'intérieur du texte, entre deux paragraphes, composé dans un corps supérieur à celui de l'article". Ce n'est pas un sous-titre, ni une tête de chapitre ou de paragraphe. L'intertitre a pour fonction "de fournir un point de repère visuel dans le texte" comme un repos pour l'œil et d'inciter le lecteur à poursuivre la lecture. C'est-à-dire qu'il a la fonction persuasive en attirant l'attention plus qu'à informer comme il accroche et guide le regard du lecteur.

²² Ibid., p. 68.

Dans les articles de MSF Infos, l'emploi de l'intertitre est indispensable pour la compréhension du texte et les effets persuasifs.

En prenant les intertitres du texte "Les oubliés de Radusa", nous remarquons l'enchaînement entre deux événements successifs. Les séquences concernant les parties majeures du contenu, se divisent visuellement par les intertitres. Si l'on ne lit pas le texte, on pourra quand même saisir le message essentiel par ces éléments :

(Intertitre 1) Au bout du voyage, des conditions de vie épouvantables

(Intertitre 2) Venir en aide aux réfugiés pris en charge dans les familles d'accueil

(n° hors série de mai, p. 7)

Ainsi que le texte "Congo-Brazzaville : le témoignage d'un médecin", tous les intertitres se relient et racontent les événements qui se suivent chronologiquement :

(Intertitre 1) Les blessures, la fièvre, la faim...et des sourires d'enfants

(Intertitre 2) La journée va continuer, avec ses urgences, ses consultations...

(Intertitre 3) 18 heures, il faut partir.

(n° 72, pp. 12-13)

Les intertitres dans le texte "1999 : Médecins Sans Frontières sur le front des épidémies" sont structurants et hiérarchisants quant à la division des différentes séquences de l'article. Le corps des caractères concourt au repérage de chaque partie qui correspond à des situations différentes des épidémies :

(Titre) 1999 : Médecins Sans Frontières sur le front des épidémies

(Intertitre 1) Soudan : plus de 2 millions des personnes vaccinées contre la méningite

(Intertitre 1.1) Une épidémie difficile à contrôler

(Intertitre 1.2) Des traitements dans toutes les structures de soins

(Intertitre 2) Choléra en Afghanistan

(Intertitre 3) 250 000 vaccins pour l'Amazonie

(n° 72, pp. 8-9)

L'intertitre du texte "Kosovo : reconstruire un avenir" est comme un développement du titre : il explique comment faire et précise ce que signifie "reconstruire un avenir" :

(Intertitre 1) Remettre en marche le système de soins

(Intertitre 2) Préparer l'hiver

(n° 72, p. 14)

Dans certains cas, les intertitres relatent les différentes étapes des missions de MSF, ce qui facilite l'explication plus détaillée des interventions des volontaires sur le terrain. Regardons les intertitres du texte "La terre en colère" :

(Intertitre 1) Soutenir les hôpitaux débordés

(Intertitre 2) Un abri pour ceux qui ont tout perdu

(Intertitre 3) Rester attentif aux souffrances morales

(n° 73, p. 6)

Parfois, l'intertitre explique comment la mission présentée en titre se réalise, tel que le texte "Mozambique, au plus près des malades" :

(Intertitre) Equipes mobiles : comment s'adapter à l'urgence

(n° 70, p. 6)

Cet intertitre explique la solution par laquelle les équipes peuvent rester "auprès des malades", c'est-à-dire en établissant des "équipes mobiles".

Les intertitres qui sont pleinement incitatifs se trouvent dans l'article "Le drame des pays les plus pauvres". En parlant de l'inégalité que subissent les plus démunis, le rédacteur utilise la technique des questions de style pour accrocher le lecteur, voire l'inciter à réfléchir :

(Intertitre 1) Mourir aujourd'hui de tuberculose, est-ce normal?

(Intertitre 2) Et si l'on vous disait que vous êtes trop pauvre pour avoir droit à un médicament?

(Intertitre 3) Et si l'on ne se contentait pas d'arriver trop tard?

(n° 72, p. 4)

Chaque intertitre pose une question qui touche directement au sort des plus démunis et au cœur de la solidarité humanitaire des lecteurs. Quant à un autre genre de texte, à savoir un texte de quête de l'opération "Faire un legs", la technique d'écrire les intertitres sous forme de questions est aussi attirante :

(Titre) Faire un legs, c'est offrir l'avenir

(Intertitre 1) Pourquoi faire un testament?

(Intertitre 2) Pourquoi faire un legs à une association?

(Intertitre 3) Que peut-on léguer?

(Intertitre 4) A quoi servent les legs reçus par Médecins Sans Frontières?

(n° 68, p. 15)

Ces divisions visuelles et structurantes facilitent la lecture pour sélectionner la ou les parties qui correspondent à son intérêt, en un mot la question dont le lecteur cherche la réponse.

f. L'encadré

Le texte encadré, ou le "texte entouré d'un cadre de filets",²³ contient les phrases typographiquement marquées pour que l'information capte le regard. Ces passages importants sont détachés et mis parfois en bas de page. Ils peuvent être des statistiques, des points de repères, des détails supplémentaires, ou même des ajouts de texte à l'article. Les encadrés jouent un rôle pertinent sur l'effet visuel car ils constituent le troisième élément le plus distinguable par rapport aux titres et photos, grâce à son cadre, à la justification et au corps des caractères.

Les encadrés de MSF Infos peuvent être informatifs, conclusifs, persuasifs ou complémentaires par rapport au texte de l'article. Ils apparaissent toujours dans les articles de presse et parfois dans les textes de quête lorsque certaines parties doivent être mises en valeur, mais jamais dans les éditoriaux.

Certains encadrés fonctionnent comme le discours d'un interlocuteur, destiné aux lecteurs. Tandis que le texte est une illustration des événements, un encadré peut annoncer explicitement le but de la demande de dons.

Aider les populations en crise est très simple et ne coûte pas cher. Il ne faut pas attendre jusqu'à ce que le lecteur le trouve lui-même dans le texte. Par contre, il faut lui dire explicitement et précisément dans un texte encadré comme celui dans l'article "Une guerre sans fin" :

Il suffit de 360 francs pour soigner trois enfants victimes de la
faim

(n° 73, p. 7)

C'est identique dans un autre encadré où le message est mis en relief. Examinons le texte "Pour un souffle de vie" :

Avec votre aide nous pourrions prendre en charge ces patients
condamnés faute de traitement adaptés.
Aidez-nous.

(n° 75, p. 14)

²³ Fabienne Duvillier, Dictionnaire bilingue de la publicité et de la communication (Paris : Bordas, 1990), p. 139.

Ces demandes risqueraient de ne pas être lues si les énoncés ci-dessus étaient placés uniquement dans le texte. La mise en cadre est la volonté d'accrocher le regard du lecteur et de lui faire apercevoir le message essentiel avant qu'il ne tourne la page.

Plus souvent les encadrés servent d'informations supplémentaires que le rédacteur ne veut pas insérer dans le texte du fait que ces informations peuvent interrompre le rythme du texte. Ces connaissances de base fournies pour la compréhension préliminaire du texte peuvent apparaître comme dans les pages 4 et 5 du numéro 72 où il s'agit des épidémies dans les pays pauvres, l'article s'intitule "Le drame des pays les plus pauvres". Le rédacteur fait encadrer trois textes sur la tuberculose, la méningite et le choléra afin que les lecteurs ne connaissant pas les interventions comprennent d'une façon plus concrète la vraie situation. Ainsi que dans le texte "Faux médicaments : attention, danger" à la page 6 du même numéro, l'information sur la maladie du sommeil et le paludisme est encadrée dans le but d'illustrer chez les lecteurs l'ampleur de la situation et le danger de ces deux maladies.

Au cas où les chiffres sont intéressants, les rédacteurs peuvent aussi faire encadrer les statistiques, comme dans le texte "1999 : Médecins Sans Frontières sur le front des épidémies" à la page 8 du même numéro et dans le texte "Pour un souffle de vie" à la page 14 du numéro 75. De cette manière, elles sont mises en relief et ne se mêlent pas au texte de l'article.

Cette technique est aussi fréquente quand on cite des régions lointaines qui ne sont pas très bien connues. Les encadrés sont alors les points de repères des événements importants comme à la page 3 du numéro 73, où sont données les informations sur le Timor. Il semble que ce soit la même technique à la page 7 de la même publication, où les repères sur l'Angola sont indispensables pour la compréhension de la crise que subit le pays.

g. L'attaque

Dans les textes journalistiques, l'attaque représente le début de l'article. Cette partie est incluse dans la phase d'accroche qui doit être très courte. Elle dit du premier coup l'essentiel du message pour capter le lecteur. Pour Capelle, "l'attaque n'est pas une introduction, ni une présentation du problème, ni une énumération des parties de discours."²⁴ Mais c'est le début de l'article, les premiers mots, les premières phrases, ce qui donne aux lecteurs l'envie de lire la suite.

²⁴ Ibid., p. 66.

Elle doit viser au cœur, être concrète, concise et rythmée. Elle doit donner à voir, à entendre et à imaginer. Prenons les exemples d'attaques intéressantes dans les articles de MSF Infos :

Si Médecins Sans Frontières n'a pas pour vocation de prendre en charge de façon spécifique les enfants, ils sont pourtant au cœur de la plupart de nos missions.

(n° 75, p. 6)

Cet énoncé plonge le lecteur dans le vif du sujet : l'intérêt dans l'actualité des enfants qui est déjà le principe de travail de MSF.

Le rédacteur peut recourir à la description, à la localisation du lieu ou à la présentation du personnage avec la phrase-coup de poing :

C'est un petit garçon qui n'a pas très bonne réputation. Un enfant instable, "difficile", disent les adultes. (la présentation du personnage troublé)

(n° 75, p. 9)

La capitale de la partie orientale de l'île est aujourd'hui méconnaissable [...] (la localisation du lieu)

(n° 73, p. 3)

"Certains à pied, d'autres dans des camions, d'autres encore amenés par des militaires...Et la plupart dans un état de malnutrition très grave." (la narration)

(n° 71, p. 2)

Surtout dans le dernier extrait ci-dessus. il se peut que la courte citation de la parole d'un témoin soit utilisée.

Dans certains cas, on peut aussi jouer du paradoxe, de la réfutation ou du suspense :

Il paraît 60 ans, mais n'en a que 50.

(n° 72, p. 14)

Contrairement à ce que l'on croit, faire un legs n'est pas un acte compliqué.

(n° 75, p. 15)

On la croyait éteinte depuis longtemps [...]

(n° 68, p. 11)

La description du décor ou des événements de crise est fréquente pour plonger les lecteurs dans l'atmosphère vive :

Durant 45 secondes interminables, des milliers d'immeubles, de maisons et d'édifices publics se sont écroulés, emprisonnant leurs occupants sous les décombres.

(n° 73, p. 6)

Sur un petit bout de terre situé entre la frontière du Kosovo et de la Macédoine, des milliers de Kosovars ont dû s'entasser [...]

(n° hors série de mai, p. 7)

Il arrive souvent que l'attaque crée le climat de l'article, comme l'extrait suivant, où nous pourrions sentir l'attitude sérieuse de MSF envers l'engagement du problème de la difficulté d'accès aux soins des populations les plus démunies :

Nos équipes pointent du doigt les dysfonctionnements et suivent de près l'élaboration des projets de loi.

(n° hors série de mai, p. 13)

h. La chute

Semblable à l'attaque, la chute est le temps fort qu'il faut traiter avec soin. Elle doit être vigoureuse. Cette partie représente la touche finale de l'article qui le clôt par une reprise synthétique des principaux développements.²⁵ D'après Capelle,²⁶ elle peut ouvrir sur des questions, d'autres problèmes, des hypothèses, des perspectives, etc. De plus, nous pouvons revenir au titre ou à l'attaque, en complétant l'information que l'un ou l'autre fournissait.

Bien que les articles de MSF Infos tendent à persuader les lecteurs de participer à la donation, nous trouvons certaines formules pour terminer l'article avec efficacité. Regardons les extraits suivants :

“J'ai pensé que cela pouvait m'arriver à moi, que cela pouvait arriver à n'importe qui.”

(n° hors série de mai, p. 5)

L'emploi de la citation du discours d'un volontaire fait penser que les lecteurs eux-mêmes seraient dans la même situation ; ce qui incite profondément leur sens de solidarité.

²⁵ Corinne Abensour et al., Pratique de la communication écrite, p. 79.

²⁶ Marc Capelle, Le guide de l'usage des médias, p. 68.

Certaines chutes ressemblent à une promesse et à un principe de travail de MSF que les volontaires tiennent à accomplir :

Pour qu'ensemble nous réussissions à rétablir l'égalité devant les soins par des solutions concrètes.

(n° hors série de mai, p. 11)

Nous devons tout mettre en œuvre pour leur porter secours.

(n° 74, p. 6)

Nous mettons tout en œuvre pour pouvoir, de nouveau, nous porter à leurs secours.

(n° 70, p. 7)

Parfois, l'association MSF ouvre une nouvelle perspective, en tant que professionnelle dans le métier, et une solution proposée :

Il faudrait obtenir que les médicaments essentiels soient reconnus comme des exceptions aux accords de commerce internationaux.

(n° 72, p. 6)

Dans la chute, le rédacteur révèle les obstacles ou le travail à poursuivre en faisant imaginer ce qui attend les équipes de MSF :

Dans cette région dévastée par la guerre, les hivers sont particulièrement rigoureux et il reste beaucoup à faire pour que la population soit prête à y faire face.

(n° 72, p. 14)

Malgré la tentation de lutter contre les problèmes et les maladies pour apporter secours aux populations en détresse, la conséquence n'est pas toujours agréable :

Pour l'instant, les chances de guérir après une deuxième cure sont très limitées.

(n° 68, p. 12)

Aussi arrive-t-il que le rédacteur insère le rappel de participer à l'aide dans la chute pour que le lecteur n'oublie pas :

[...] des milliers de personnes vont de nouveau avoir besoin de notre aide pour survivre. Ne les oublions pas.

(n° 69, p. 6)

Dans certains cas, la demande ne se fait pas explicitement. Le rédacteur laisse le lecteur calculer ce fait par lui-même :

Un vaccin contre la fièvre jaune coûte 1.50 F et protège de cette maladie mortelle pendant 10 ans.

(n° 72, p. 9)

Aussi est-il nécessaire de citer le soutien des lecteurs, de les interpeller comme dans cet exemple, après avoir mentionné le succès de l'intervention, il faut leur exprimer de la gratitude :

Cette intervention d'urgence est financée grâce aux dons reçus par l'association.

(n° 70, p. 6)

i. La légende de la photo

D'après Cadet, Charles et Galus, une seule image peut faire penser à bien des choses. Pourtant, une seule photo ne peut comporter tous les éléments de l'information tels que les noms des personnes et des lieux, dates, chiffres, par exemple. Il est ainsi nécessaire que l'on utilise la légende pour réduire le nombre des connotations suggérées et imposer la signification.²⁷ La légende inclut le texte accompagnant toutes sortes d'illustration, tels que la photo, le graphique, le schéma ou la carte, à l'exception du dessin d'actualité ou d'humour.²⁸ La légende donne chance à l'information d'être lue comme le lecteur voit toujours la photo et lit le texte qui l'accompagne avant de lire l'article. La légende et l'illustration sont complémentaires : elles sont inséparables l'une de l'autre. A propos de l'interprétation des images, nous la traiterons dans la partie du rapport entre le texte et l'image.

j. Le texte et les plans journalistiques

Comme le texte et les plans journalistiques correspondent à ce que nous étudierons au sujet de la structuration des idées, l'analyse en détail accompagnée par des exemples tirés des textes authentiques sera faite ultérieurement.

Il faut savoir que tous les éléments mentionnés sont indispensables dans tous les genres de textes, sauf la légende photo qui ne se trouve jamais dans les éditoriaux. Nous pouvons emprunter les quatre grands rôles de la titraille cités par Peyrouet, qui s'appliquent bien à notre corpus. Chaque composante sert à

²⁷ Christiane Cadet, René Charles et Jean-Luc Galus, La communication par l'image (Paris : Nathan, 1990), p. 92.

²⁸ Marc Capelle, Le guide de l'usage des médias, p. 68.

informer sur l'essentiel et peut se compléter ; à accrocher l'attention en incitant à lire par des énoncés qui créent un suspense ; à spatialiser les parties bien détachées grâce à différents types de caractères et à leur forme ; et à constituer un circuit court de lecture avec lequel le lecteur enlève l'essentiel des informations et trouve les compléments.²⁹ Pour que tous les événements soient les plus persuasifs possible, il faut que chaque élément se complète et corresponde au sujet traité. Chaque composante peut se distinguer l'une de l'autre, principalement par le corps (hauteur), la justification (largeur) et la division en paragraphe. Elle dépend essentiellement de la mise en page des publications que l'on prend comme un autre repère.

2.1.2.2 L'interdépendance dans la mise en page

La mise en page représente "la mise en place de l'ensemble des éléments graphiques et des illustrations sous forme de page".³⁰ Elle devient considérablement importante à l'époque où les lecteurs sont habitués à la mise en scène de l'information télévisée. Il est nécessaire qu'un journal soit agréable à regarder et facile à lire.

D'après Capelle³¹, la maquette d'un journal est différente de celle du texte de quête. La presse doit servir l'information et en respecter la hiérarchie. La mise en page impose alors une intervention sur l'information, y compris sa présentation et son contenu.

a. Le format

Pour garder l'identité du journal, son format doit être respecté. Pourtant, dû au fait que la publication MSF Infos dépend pleinement des urgences et des actualités, les formats et les paginations se reflètent parfois différemment, tel que nous le démontrons dans les neuf numéros étudiés :

²⁹ Claude Peyrouet, La pratique de l'expression écrite, p. 50.

³⁰ Fabienne Duvillier, Dictionnaire bilingue de la publicité et de la communication, p. 282.

³¹ Marc Capelle, Le guide de l'usage des médias, p. 70.

Tableau 4 : Le format et la pagination des publications MSF Infos de 1999

| Caractéristiques distinguées | Papier | Pagination | Nombre |
|--|--|------------|--------|
| Un journal un peu plus grand qu'A 4 | lisse / en couleur | 16 | 4 |
| Un dépliant en A 3 | lisse / en couleur | 4 | 1 |
| Un dépliant de 20.4 X 40 cm, plié en 3 parties | lisse / en couleur | 6 | 2 |
| Un journal autour d'A 4 | mat / en couleur | 8 | 1 |
| Un journal autour d'A 4 | mat / en noir et blanc, plus la titraille en rouge | 8 | 1 |

D'après C. Marcilly, certains numéros de MSF Infos sont seulement des journaux de 16 pages tandis que "le format et la pagination des autres numéros sont moins importants, dépendant beaucoup du sujet traité, du fait que nous disposions ou non de photographies intéressantes, etc."³²

Les sujets traités étant une contrainte, ce membre de l'équipe de la rédaction considère également que le changement dans la pagination et la maquette crée un effet agréablement incitatif :

"Nous avons remarqué que le fait de modifier le format améliorerait ce que l'on appelle la 'prise en main' du document, comme si la surprise du nouveau format incitait à la lecture du document."³³

Ce qui permet aux lecteurs de distinguer MSF Infos des autres journaux est le fait qu'ils leur sont directement envoyés et le titre du journal, le mot "Médecins Sans Frontières Infos" de mêmes caractères, toujours accompagné par le logo rouge de l'association.

³² Christine Marcilly, courrier électronique, 11 juin 2001.

³³ Ibid.

b. Les caractères

Les caractères désignent “le format et le style des lettres utilisés en imprimerie.”³⁴ Le facteur décisif du choix des caractères dépend du fait qu’ils sont lisibles, beaux et expressifs.³⁵ Ceux qui sont utilisés dans MSF Infos, ne présentent aucune fantaisie, révèlent une simplicité et une lisibilité dans la titraille, le texte et la légende photo. L’important, c’est que les caractères doivent s’accorder au texte. Dans notre cas, ils reflète la simplicité de l’association humanitaire—celle qui intervient en urgences, qui gère l’action financière avec considération et modération. L’esthétique n’est pas le plus essentiel. On n’utilise donc pas la typographie élégante ou mixte au détriment du contenu du message. Examinons les caractères relevés des bandeaux, des titres, des chapeaux et des textes :



Figure 1. Les caractères du bandeau

Les oubliés de Radusa

Figure 2. Les caractères du titre

*Depuis la mi-avril, nos équi-
leurs efforts en direction de
réfugiés les plus vulnérable*

Figure 3. Les caractères du chapeau

Sur un petit bout de terre
situé entre la frontière du
Kosovo et de la Macédoine,
des milliers de Kosovars ont

Figure 4. Les caractères du texte

Tout en étant différents, ces caractères sont simples et lisibles, et leur cohabitation ne trouble pas la lecture. Leur épaisseur et leur largeur servent aussi à mettre en valeur chaque partie bien distincte. Dans la rubrique régulière comme l’éditorial, on garde le même corps jusqu’à la fin. Pour éviter la rigidité et la monotonie, le style des titres est surtout utilisé pour paraître accrocheur : les titres peuvent être en couleur, en gras, en italique ou parfois en capitales. Les maquettistes savent créer, à certains endroits, “des ruptures dans le rythme des pages, pour garder le lecteur en éveil.”³⁶

³⁴ Fabienne Duvillier, Dictionnaire bilingue de la publicité et de la communication, p. 473.

³⁵ Marc Capelle, Le guide de l’usage des médias, p. 71.

³⁶ Ibid., p. 72.

Les caractères dans les titres, les sous-titres, les chapeaux et les encadrés sont variés, mais il convient d'utiliser toujours dans chaque partie un style constant dans le même numéro tandis que les caractères dans les textes sur trois colonnes restent uniques pour toute la publication. Ce qui reste aussi identique dans chaque publication est la tête des rubriques ou le bandeau.

Il est nécessaire de savoir que chaque format peut avoir ses propres caractères, mais les maquettistes veillent à garder un caractère unique pour le numéro entier.

Capelle souligne que la bonne mise en page est "celle qui donne envie au lecteur non seulement de regarder le journal mais aussi de le lire. En cela l'effet esthétique ne doit jamais être recherché au détriment de la lisibilité ou du sens de l'actualité."³⁷

c. La justification du texte

La lisibilité étant un facteur pour retenir l'attention du lecteur et la maintenir, ou au contraire pour lui faire tourner la page, la justification y joue un rôle important. Ce terme concerne "la manière d'espacer les mots de façon à établir des lignes de texte rigoureusement de même longueur."³⁸ Le choix de la justification dépend de l'esthétique mais il peut aussi donner un effet sur la lecture.

Normalement, les textes sur trois colonnes dans MSF Infos, comme ceux des journaux en particulier, sont justifiés et ils se lisent très bien. Quant aux autres composantes comme les titres, les sous-titres, les chapeaux, les encadrés et les légendes, ils sont alignés à gauche et toujours lisibles à condition de ne pas être trop longs. Mais le texte aligné à droite ne se trouve que dans la légende car il est difficile à lire pour les textes longs. Seuls les titres sont centrés parce qu'ils sont courts. Dans les textes longs, cette façon peut désorienter la lecture et décourager le lecteur à la poursuivre. Les titres centrés se trouvent en couverture du numéro 68, les titres des textes de quête, les opérations "Faire un legs" et "1 Franc par Jour".

d. La maquette

La maquette, ou la "représentation simplifiée d'une annonce montrant le concept et la position approximative de chaque élément (titre, illustration,

³⁷ Ibid.

³⁸ Fabienne Duvillier, Dictionnaire bilingue de la publicité et de la communication, p. 264.

texte, etc.) de façon à pouvoir visualiser l'ensemble",³⁹ correspond à la hiérarchie de l'information établie par le rédacteur. Il est acceptable que les parties importantes ne seront pas placées en bas de la page de gauche qui est le moins lisible. Ceci correspond au parcours de lecture, la partie droite constitue "la zone d'attrait ou de lecture maximale".⁴⁰

Pour la hiérarchie dans MSF Infos du format complet, c'est-à-dire celui de 16 pages, nous trouvons que la rubrique "dossier", contient le plus grand nombre de pages et les informations les plus intéressantes, voire les plus urgentes, compilées de plusieurs articles sous le même thème, cette rubrique commence toujours à la page 3 à droite, ce qui attire pour la deuxième fois par rapport à la couverture. De plus, la place constante des deux textes de quête pour les opérations "Faire un legs" et "1 Franc par Jour" conserve toujours les deux dernières pages, les pages 15 et 16 successivement. A ce propos, les deux textes de quête fonctionnent comme l'accroche de la demande de dons, apparus pour conclure tout le document et pour attirer l'attention du lecteur. L'ordre des pages associées aux informations hiérarchisées joue par conséquent un rôle important dans la persuasion.

Réaliser une maquette permet d'avoir une vision d'ensemble du journal, aussi proche que possible de la réalité avant de monter les pages puis les envoyer à l'imprimerie. En examinant la maquette, la rédaction peut apprécier pour la dernière fois si les choix rédactionnels sont corrects, si les titres sont bons, par exemple.⁴¹

e. L'usage de la couleur

Capelle cite des études démontrant que "les lecteurs associent les couleurs semblables plus que les formes similaires. [...] Donc si un maquettiste place la même couleur à deux endroits différents sur une page, le lecteur cherchera la connection. Il faut donc faire attention à ne pas utiliser la même couleur pour deux éléments qui n'auraient aucun rapport."⁴²

Mis à part les couleurs des photos qui attirent l'attention du lecteur plus que les photos en noir et blanc, l'emploi de la couleur se distingue aussi dans la mise en valeur de certains éléments de l'article.

³⁹ Ibid., p. 269.

⁴⁰ Jean-Michel Adam et Marc Bonhomme, L'argumentation publicitaire: Rhétorique de l'éloge et de la persuasion (Paris : Nathan, 1997), p. 72.

⁴¹ Marc Capelle, Le guide de l'usage des médias, p. 75.

⁴² Ibid., p. 76.

Suite à une recherche menée par un journal américain, Le Saint-Peterburg Times, citée par Capelle⁴³, la couleur a révélé une différence dans le parcours de l'œil. En un mot, les lecteurs sont attirés par l'élément en couleur.

Ces résultats s'appliquent bien à l'usage de la couleur dans la titraille et le texte des publications MSF Infos. Prenons comme exemple l'apparence du rouge dans les mots "attention, danger" dans le titre "Faux médicaments : attention, danger" à la page 6 du numéro 72. La couleur correspond au sens des urgences et danger comme le rouge est généralement utilisé de cette manière. Le choix de la couleur donne un caractère vif au titre et détruit la monotonie du titre tout en noir.

Il est notable que les couleurs employées dans MSF Infos sont limitées puisqu'il n'existe que le rouge, l'orange, le noir et le blanc. Il est probable que ces couleurs appartiennent aux urgences, les missions majeures de l'association et les sujets le plus souvent traités. Ces couleurs rouge et orange, chaudes et actives, représentent les activités et les volontaires de MSF qui sont toujours en éveil face aux urgences.

Ces deux couleurs sont présentes non seulement dans les titres, dans les textes mêmes, elles sont aussi employées pour mettre en valeur certains éléments importants, ainsi que les chiffres, les pourcentages considérables, les mots-clés, ce qui nous permet de repérer les composantes persuasives établies par le rédacteur. La mise en valeur est faite dans certains cas par les caractères en gras, en italique ou soulignés que nous trouvons aux pages 5-6 du numéro 74.

L'emploi de la couleur dans une autre forme se montre dans les numéros 69 et 74, dans lesquels l'espace est limité. Chaque composante est encadrée par une ligne en couleur pour se distinguer des autres : les encadrés sont mis, l'un sur l'espace en orange, l'autre sur le vert afin de délimiter deux espaces mis en relief. Les deux textes sont sur l'espace blanc avec un titre pour chacun. D'après Adam et Bonhomme, la segmentation par les couleurs facilite la lecture et le repérage de l'essentiel. "La manipulation des couleurs dans le sens de la redondance ou la complémentarité, laquelle assure des transitions dans le balayage visuel des constituants clés de l'annonce."⁴⁴

f. La place des photos dans la page

Outre le trait incitatif distingué dans la mise en page, l'emplacement des photos dans la page joue aussi un rôle important dans la persuasion. Pour que

⁴³ Ibid.

⁴⁴ Jean-Michel Adam et Marc Bonhomme, L'argumentation publicitaire: Rhétorique de l'éloge et de la persuasion, p. 72.

les photos soient efficaces pour capter l'attention du lecteur, il faut maintenir son œil au centre du journal.⁴⁵

Capelle précise que la place des photos la plus attirante est quand on met les photos au cœur de la page et joue sur les différents formats pour attirer le regard sur les grandes comme les petites photos. Il faut prendre en compte que les photos aux quatre coins de la page dispersent l'attention du lecteur. On a peu de chance de regarder vraiment plusieurs photos de dimensions identiques. Par contre, une grande photo sera vue et mettra en valeur les autres, plus petites, qui lui seront associées. Un autre point important à prendre en considération, c'est que les photos doivent être bien associées aux articles correspondants.⁴⁶

En prenant MSF Infos comme objet d'étude, nous trouvons d'abord que toutes les photos choisies correspondent aux articles. Elles sont mises en valeur et placées toujours au centre de la page. Dans le cas des pages doubles, la photo principale occupera les deux pages. Il arrive parfois qu'apparaissent plusieurs photos dans un article. Mais la taille des photos est différente, et une seule est mise en relief selon la hiérarchie de l'information.

Regardons plus particulièrement un exemple aux pages 6-7 du numéro 68, (voir pages 175-176) où il s'agit des jeunes en errance. Une photo principale des jeunes des rues traverse les doubles pages pour capter notre regard. Nous ne pouvons pas regarder ailleurs dans les pages sans maintenir l'œil sur la photo au centre, tout en associant d'autres éléments tels que la petite photo ou les encadrés ; nous pouvons alors capter l'essentiel du message que transmet l'article.

Cette technique se répète dans presque tous les articles. Même sur la couverture, la place d'une grande photo, associée au thème principal de tel ou tel numéro, au centre de la page est un moyen persuasif et à la fois informatif.

Toutes les composantes dans la segmentation graphique du message concourent à inciter l'intérêt des lecteurs sur l'article et surtout à guider les constructions du sens, à favoriser la perception rapide de l'essentiel. Pourtant, ces composantes ne peuvent rester seules. Tous les constituants sont très interdépendants : le bon titre, la mise en page bien conçue, la sélection des photos relatives au message, etc. Quand l'intérêt des lecteurs est bien capté, il faut ensuite une construction bien organisée des idées, autrement dit le plan journalistique.

⁴⁵ Marc Capelle, Le guide de l'usage des médias, p. 72.

⁴⁶ Ibid., pp. 72-73.

2.1.3 Le rapport inséparable entre le texte et l'image

Les composantes visuelles dans la publication déjà mentionnées, nous aborderons dans cette partie un élément qui ne semble pas moins significatif par rapport aux autres ; c'est l'image.

Ce que nous trouvons dans MSF Infos, ce sont les photos de presse accompagnant les textes. Nous ne prenons en considération que les images parues dans le média, ou bien les images médiatiques et non la peinture, l'image mentale, l'image de marque, le dessin que recouvre la notion d'image en général. Nous nous intéressons essentiellement à la signification que véhiculent les images fixes. Elles contiennent les signes nécessaires pour interpréter. Dans ce cas, nous ne considérons pas les images pour leur valeur esthétique, mais pour le message transmis et destiné à la persuasion.

La photo de presse, selon Capelle, est "avant tout une photo d'information, et non pas une photo d'illustration. Dans le journal, la photo n'est pas là pour jouer un rôle esthétique, mais pour apporter un éclairage nouveau sur l'actualité."⁴⁷

Ainsi c'est la vérité qui persuade les lecteurs. "la photographie de presse ne doit pas travestir la réalité."⁴⁸ Il est vrai que les outils linguistiques servent de preuve de persuasion par le langage. Cependant l'image se marque comme un autre langage portant les signes et les significations susceptibles de persuader les lecteurs-prospects. Surtout dans la presse où les photos occupent une place importante, orientant notre regard et notre décision. Elles ont "l'avantage d'informer de façon immédiate et de permettre une représentation des lieux et des scènes que ne rendrait pas une description."⁴⁹ Ce système des signes vise à compléter la persuasion par le message. Nous ne pouvons imaginer les textes persuasifs sans ce type de langage.

Le pouvoir de la photographie dans MSF Infos est indispensable de sorte que notre regard est fixé toujours sur l'image avant de se glisser ailleurs grâce à la position privilégiée de la photo sur la page, qui occupe presque toute la couverture. Ce sont les signes visuels destinés à capter notre première attention avant même de lire le texte.

MSF a recours aux photos dans le but de persuader, bien sûr, mais aussi pour témoigner du combat mené par les équipes. En un mot, la photo joue le rôle d'enregistrement ou d'actualisateur des événements concernant toutes les interventions de MSF. De la sorte, la persuasion nécessite la présentation des

⁴⁷ Ibid., p. 78.

⁴⁸ Ibid., p. 79.

⁴⁹ Christiane Cadet et al., La communication par l'image, p. 82.

images photographiques. Nous pourrions ainsi dire que celles-ci servent d'argument d'autorité de la source par excellence.

2.1.3.1 L'image : le témoin de la parole

Les sujets dans les photos de MSF Infos concernent les drames, et les catastrophes naturelles et humaines. Il s'agit aussi des représentations des victimes comme conséquences des problèmes introduits. En outre, les images présentent les moyens de leur porter secours, les missions et le succès de ces interventions. M. Joly, en citant Gérard Leblanc, résume que pour le journaliste, l'information est souvent "synonyme d'événement" et que la photo de presse présente l'événement qui rompt "le cours supposé tranquille de la vie."⁵⁰

Il faut noter que les photos qui apparaissent dans les publications sont toutes prises sur les terrains d'intervention. En tant que tranches de vie, elles ne sont pas fabriquées de la même manière que les photos publicitaires. Les personnages sont des personnes éprouvées par les misères, leur visage n'appartient pas à ceux des acteurs, leur détresse est la vérité enregistrée par les photographes professionnels qui ont assisté à tel ou tel événement. Les images de MSF Infos, persuasives et mémoratives par la vérité démontrée, suscitent pleinement les effets émotionnels et surprenants, telle qu'une sympathie envers un univers de crise. En ce sens, la photo a un grand impact et donne une grande impression de la vérité. Les photos de MSF Infos, aussi tristes que surprenantes, accrochent notre regard par leur nouveauté, leur originalité et leur fonction de preuve de la crise. En tant que trace du réel, les photos attestent de la crédibilité de tel ou tel événement.

Une remarque faite par Joly prouve que les photos de presse fonctionnent comme un outil pour évoquer les émotions : "elles sont censées avoir d'abord une fonction référentielle, cognitive, mais elles se situent en réalité entre fonction référentielle et fonction expressive ou émotive. Un reportage témoigne bien d'une certaine réalité, mais rend compte aussi de la personnalité, des choix, de la sensibilité du photographe qui le signe."⁵¹ Elles expriment l'opinion de celui qui l'émet et agit sur celui qui la perçoit.

Il faut savoir que l'image de MSF Infos partage une caractéristique commune avec l'image publicitaire. Barthes privilégie celle-ci dans son étude de l'image parce qu'elle est "assurément intentionnelle".⁵² C'est-à-dire qu'elle

⁵⁰ Martine Joly, L'image et les signes, p. 152.

⁵¹ Martine Joly, Introduction à l'analyse de l'image (Paris : Nathan, 1993), p. 48.

⁵² Roland Barthes, "Rhétorique de l'image," Communications n° 4 (1964) : 40.

est "essentiellement communicative et destinée à une lecture publique".⁵³ Les photos de MSF Infos aussi. Dans notre cas, les images dans tous les articles sont imprégnées de sens, intentionnellement destinées à solliciter de la connivence chez les lecteurs, de les persuader. La qualité des photos présentées dépend surtout d'une sélection appropriée au sujet abordé, des personnages propres à émouvoir la cible, par exemple l'emploi des enfants, des femmes, et des personnes âgées signifiant de la faiblesse, la première cible d'attaque. L'image est alors, d'après Joly, "une représentation choisie et nécessairement orientée."⁵⁴

Ce que nous tenons pour vrai dans la photo, c'est le fait qu'il n'y a pas la transformation de l'objet à l'image, mais c'est un "enregistrement" authentique,⁵⁵ que Barthes appelle la représentation analogique. D'après lui, la photo est la "copie".⁵⁶ Donc la qualité de la vraisemblance est une technique d'accroche ainsi que l'emploi des photos en couleur qui reflète le mieux la vérité. Tout révèle le pouvoir de l'image qui nous fait croire, parfois parle plus que l'écrit, soutenue par la confiance dans l'organisation, par les caractéristiques des publications qui tendent à informer plutôt qu'à séduire. Le caractère sérieux que MSF exprime à travers la philosophie de l'association est ainsi soutenu par les images présentées, comme par exemple, les photos des équipes en urgence.

Le langage visuel parle majoritairement de la dysphorie. C'est que les images pathétiques jouent sur les émotions, touchant et émouvant le sentiment de la pitié. L'émotion semble être plus intense quand on peut s'attarder sur le caractère de vérité de la photo. Cette technique, le choc par la photo de misère, exige une efficace sélection des photos qui brisent le cœur des lecteurs, qui les surprennent et qui évoquent les sentiments de la manière dont la langue ne peut le faire au cas où la persuasion verbale n'apparaît pas assez stimulante. Parfois l'image parle plus que l'écrit, avec le visage plus expressif que la description d'une scène.

Observons la photo à la page 9 du numéro de mai (voir page 204). En n'ayant pas lu le texte, les lecteurs peuvent être touchés en apprenant que la déportation apporte aux populations déplacées une grande amertume, décrite sur leur visage triste. Un autre exemple à la page 3 du numéro 75 (voir page 252), le rédacteur ne dit rien sur un enfant-victime dans la photo. Nous sommes renseignés néanmoins de la cruauté de la guerre en Tchétchénie par la photo d'un enfant à peu près moins d'un an, ne sachant pas encore marcher, mais

⁵³ Martine Joly, Introduction à l'analyse de l'image, p. 61.

⁵⁴ Ibid., p. 39.

⁵⁵ Roland Barthes, "Rhétorique de l'image," Communications n° 4 : 46.

⁵⁶ Ibid., p. 40.

ayant perdu un pied. Les photos suscitent des sentiments sans avoir recours à la parole. Les photos deviennent donc une motivation du fait qu'elles sont plus affectives et plus attirantes que le message.

L'interprétation de l'image restitue les sens connotés selon les expériences personnelles des lecteurs, par exemple, les visages funèbres, les personnes pleurant, les déplacés derrière des fils de fer barbelé arrivent à entraîner un nombre indéfini des interprétations.

Prenons comme exemple le cas de la famine au Soudan, dans le numéro 69 (voir pages 186-187) où les images concrétisent la parole. Quand le rédacteur explique comment la famine arrache la vie des populations, comment sont les apparences physiques des victimes, interviennent alors les photos des enfants décharnés, motivant nos sentiments. Les photos servent de preuve à la malnutrition extrêmement critique que certains lecteurs, dans un contexte socioculturel différent, n'arrivent jamais à imaginer. Nous avons ici une occasion de prendre contact, à travers les photos, avec les victimes réels qui apparaissent en masse et dont nous ne connaissons pas le visage. Maintenant qu'elles apparaissent en face de nous, elles ont une existence dans les publications que nous tenons dans la main, ce sont de véritables êtres humains.

Regardons un autre exemple de la trace du réel à la page 14, numéro 68 (voir page 183) : l'ampleur des catastrophes par le passage du cyclone Mitch se marque dans la photo de "l'objet" qui était une fois la maison, entièrement détruite. L'image révèle l'immensité de la dévastation, de sorte que la maison devient un tas de décombres, dans laquelle se trouve une petite fille. La sélection d'une telle photo sert à capter l'attention des lecteurs qui tendent à être sensibles devant la misère des enfants-victimes. La destruction enregistrée explique pourquoi le texte insiste sur les besoins les plus pressants. La scène réaliste de la vie quotidienne des populations-victimes favorise mieux la compréhension que seulement la description verbale, en démontrant l'image que l'on peut à peine imaginer à travers la langue.

L'utilisation des photos à la page 6, numéro hors série de mai (voir page 201), dégage aussi de la crédibilité à l'intervention des équipes. Les avions cargos présentés, les matériels de secours étalés et les dates de départ précisées concrétisent le travail de MSF, grâce aux dons qui se transforment en plusieurs moyens d'urgence pour les victimes. Dans ce cas, les photos témoignent de ce que dit le message et rassurent les lecteurs. L'ampleur de ces moyens de l'urgence sert aussi d'argument de source, et implicitement d'argument de lieu commun de la quantité. Comme beaucoup de lecteurs participent déjà aux activités de MSF, ce fait donne envie à ceux qui ne participent jamais à le faire.

Quand MSF réclame que les volontaires restent toujours auprès des victimes, il faut prouver par les photos de leurs activités quotidiennes. A la page 3, numéro 71 (voir page 214), sous l'intertitre "112 volontaires aux

frontières du Kosovo”, quatre photos ont une fonction de preuve du travail dans les missions. Chacune comporte des victimes parmi des volontaires qui les écoutent, qui les soignent, qui jouent avec les enfants. A travers ces images, le rédacteur n’a pas besoin de répéter ce que les volontaires font dans les photos. Il consacre alors l’espace rédactionnel à d’autres propos, telle que la description des problèmes ou les informations statistiques.

2.1.3.2 L’image : le rôle complémentaire du message

Barthes a parlé des sens dénoté et connoté provenant de l’image dans son article “Rhétorique de l’image”.⁵⁷ En ce sens, les images peuvent évoquer un autre concept qui n’est pas explicite dans le message, mais qui vaut l’interprétation, selon la connaissance socio-culturelle, l’expérience personnelle de chaque lecteur.

Le fonctionnement de ces sens apparaît dans l’emploi des photos de MSF Infos. D’une part, les images présentent les objets à informer, ainsi que les victimes, les effets des catastrophes, les raisons de la demande de dons. C’est la signification que les lecteurs peuvent capter dès la première lecture. D’autre part, les images communiquent les sens propres et spécifiques qui exigent l’interprétation sous-jacente. Nous aborderons ici les signes qui jouent le rôle complétant ou complémentaire du message linguistique, donnant des significations indispensables pour comprendre le texte. Dans notre étude, nous trouvons que le sens connoté joue beaucoup sur la persuasion.

A la page 1, numéro 68 (voir page 170), la couverture introduit la photo d’un homme se cachant le visage dans sa main. Nous pouvons comprendre en premier lieu que c’est une victime localisée dans un lieu supposé médical, grâce à l’apparition du lit et du drap blanc. Sur la photo, il existe ce message :

Dossier : Accès aux soins en France
combattre l’exclusion

Alors que se prépare une nouvelle loi sur la couverture maladie,
l’accès aux soins pour tous n’est toujours pas garanti.

Le geste de se cacher le visage nous transmet une signification : il a honte. Peut-être qu’il cache ses sentiments, ce qu’il éprouve devant la caméra, et pourquoi? Sans texte, la photo est polysémique : nous pourrions le relier même aux crimes, aux maladies inguérissables, etc. Dans ce cas, le texte fonctionne alors comme “l’ancrage”⁵⁸ qui nous cerne le cadre de l’interprétation quand l’image est ambiguë et apte à être interprétée de manière différente. En effet, il s’agit ici des exclus en France, non dans les pays

⁵⁷ Ibid., pp. 40-51.

⁵⁸ Roland Barthes, “Rhétorique de l’image,” Communications n° 4 : 44.

démunis dans le tiers monde. Il s'agit ici de l'inégalité de l'accès aux soins. Le geste du victime nous dit ce que le texte ne mentionne pas : les sentiments des exclus, surtout en France. C'est que la victime exprime la honte, la crainte de ne pas être acceptée. La scène réaliste impitoyable nous frappe et dégage la sensibilité. Chez les Français, cette scène peut être surprenante car MSF décèle un autre visage de la France obscure, totalement en contradiction avec la perception d'un pays riche occidental.

Par rapport à la photo de la page 3 dans le même dossier (voir page 172), il existe un malade, qui devrait être un exclus selon le contexte, et un médecin. Le premier est en train de parler avec geste tandis que le dernier l'écoute attentivement. Cette image ne raconte pas seulement une scène dans le centre de MSF, mais aussi le rôle de MSF. Vu que le médecin accueille les exclus dans son bureau et les écoute, nous pourrions interpréter le soin sans discrimination. Le sens connoté que nous devons interpréter complète la force persuasive du message. Quand il s'agit des exclus, nous comprenons comment paraissent ces victimes de l'injustice sociale et comprenons leurs détresses à travers leur visage et leur geste. Nous croisons leur regard et nous tentons de mieux les comprendre. De cette manière, les lecteurs tendent à éprouver une pitié, ce qui peut entraîner plus tard une donation.

Sur la couverture du numéro 69 (voir page 186), l'apparition du personnage-victime semble avoir un rôle complémentaire avec le message verbal. Voilà le titre et l'intertitre parus à la même page :

(Titre) Ils creusaient désespérément les fourmilières pour se nourrir

(Intertitre) Des milliers de personnes réduites à la famine

La photo révèle un enfant allongé par terre, sur l'arrière plan plus loin, il existe des personnes dont le visage n'est pas clair. La position horizontale de l'enfant signifie qu'il se résigne à la faim. Peut-être la faim mène-t-elle cet enfant à la mort, comme une phrase indique "Et pour des milliers d'hommes, elle (la faim) signifie la mort." Décharné, le corps reflète bien l'état de la famine indiquée dans l'intertitre et son acte correspond à l'adverbe "désespérément". En même temps, l'image et le mot ont le sème commun, par exemple, les mots "creusaient" et "fourmilières" ont le sème de la terre qui apparaît dans la photo. La présentation de ce victime épuisé renforce cet adverbe affectif à valeur négative et le participe épithète "réduites". Ainsi l'image et le message verbal se complètent en concourant à donner le sens.

Prenons comme exemple le cas de la page 3, numéro de mai (voir page 198). Le titre indique : "Fuir sous peine de mort" tandis que l'image présente un camion plein de personnes déplacées. Ce n'est pas un voyage confortable, nous pouvons en relever la condition précaire : les enfants dans les bras, elles voyagent sans bagages sous la toile de plastique. C'est une déportation rapide

après la pluie, comme la route est encore mouillée. Cette route, désertée, qui mène à nulle part, dans le paysage vaste, obscure et tragique, correspond à un énoncé dans le texte :

ils survivent dans l'incertitude, dans la peur, avec des souvenirs de violence et de mort.

Nous avons l'impression que les personnes dans la photo ne peuvent s'assurer de leur destination, de leur destin. Avec le texte, nous comprenons qu'il s'agit du déplacement par force. L'expression "sous peine de mort" déclenche également l'inquiétude dans leur avenir qui dépendra à partir d'ici des secours des organisations humanitaires parce qu'ils sont privés de leur métier, de leur foyer, de leur pays, tel que le dit le texte. La photo d'un ton sombre renforce le sentiment de la tristesse chez les personnes qui en témoignent.

La photo peut exceller dans la transmission les sentiments éprouvés par les personnages ou l'ambiance de l'image. Il arrive aussi le cas où le texte parle plus que l'image et donne une explication plus claire qu'une photo ne peut le faire. Avec cette technique informative, on insère des renseignements susceptibles de persuader avec les mots touchants ou surprenants. Comme le dit Capelle, "toute illustration (photo, graphique, schéma ou carte, à la seule exception du dessin d'actualité ou d'humour) nécessite une légende même si l'on pense que 'la photo parle d'elle-même'." ⁵⁹

La légende, texte très court placé à proximité de l'image, nous révèle les informations susceptibles de proposer un commentaire ou un complément. Selon Joly, "une photo de reportage sans légende peut dérouter [...]. S'il ne s'agit pas des personnages très connus, un texte doit venir identifier les personnages et surtout donner des indications de lieu et de temps nécessaires pour circonstancier un événement."⁶⁰ C'est dans le cas exemple à la page 5, numéro 73 (voir page 244), où la légende directrice donne la compréhension parmi plusieurs interprétations possibles et joue aussi le rôle incitatif.

La photo principale de l'article "Aider 18 000 personnes à se protéger de l'hiver" est accompagnée d'une légende (voir page 244). Nous y voyons une maison brûlée ; les trois personnes la regardent sans pouvoir rien faire tandis qu'une seule personne, une vieille dame avec le visage triste, regarde quelque part ailleurs. La légende dit :

"Pour moi, cette maison représente beaucoup"

⁵⁹ Marc Capelle, Le guide de l'usage des médias, p. 68.

⁶⁰ Martine Joly, L'image et les signes, p. 85.

“Elle appartenait à mon mari, et auparavant à mon beau-père et son arrière-grand-père. {...}”

L'expérience personnelle racontée dans la légende rend la destruction de cette maison plus impressionnante. C'est un drame tragique dans la vie d'une femme affectée par les combats au Kosovo. Ce que nous voyons de l'image, ce n'est pas une maison brûlée, mais une vie brisée. Plus émotionnelle, la maison signifie plus que l'abri, mais elle connote la signification abstraite de la famille, la relation familiale, l'amour, la mémoire et le patrimoine. Nous pouvons ainsi dire que le texte-légende a un rôle de guider l'interprétation et la compréhension des lecteurs et de les persuader de partager une émotion intense.

Après avoir ému les lecteurs par la légende, le rédacteur a recours à la persuasion dans le texte dans le même article ; celui qui se trouve au dessous du dessin de la restauration d'une maison. Tout en étant le texte informatif, il rapporte le discours d'un ingénieur :

“Aujourd'hui la solidarité joue, c'est indéniable...Ce que j'observe, c'est que lorsque l'on vit des épreuves ensemble, on reste solidaires, on ne laisse pas son voisin sous la pluie...”

Une émotion intense évoquée par l'image tragique et la légende émotionnelle est renforcée par le discours piquant la solidarité. Les trois éléments concourent à toucher les sentiments des lecteurs, pour faire éprouver à leur tour la solidarité.

L'image semble avoir un impact sur la persuasion en reflétant le monde atroce et tragique. La couverture du numéro 75 (voir page 250) sert comme exemple dans ce cas. De la photo, nous voyons, parmi les débris, des dames pleurant. Avec le ton de l'image et leur visage funèbre, cet endroit semble “retenti” de pleurs. Cependant il est difficile de savoir exactement les informations sur cet événement tragique sans texte. Ici le titre sert d'ancrage :

Tchéchénie
Arrêtez le massacre

L'image se complète par le message linguistique qui fonctionne aussi comme une demande. Le but n'est explicite qu'à travers le langage verbal. Il est clair que MSF lance un appel aux lecteurs pour se révolter contre le crime, déguisé sous les affaires internes. L'aspect pragmatique de la photo visant à agir sur l'acte d'autrui ne peut se décrire sans contexte linguistique. Cette technique, selon Barthes, est la complémentarité entre l'image et le message dans le cas où il est difficile de décrire le sens par l'image. Le message peut transmettre les sens qui ne se trouvent pas dans l'image. C'est ce qu'il appelle “le relais”, ce qui veut dire la parole et l'image sont “dans un rapport

complémentaire.”⁶¹ Ce fait correspond à ce que Joly affirme dans son livre Introduction à l'analyse de l'image quand l'auteur dit qu'il est difficile de raconter l'histoire dans une seule image, on doit quand même avoir recours au message verbal. “C'est la langue qui va relayer cette incapacité qu'a l'image fixe d'exprimer des relations temporelles ou causales. Les mots vont compléter l'image.”⁶²

Comme le dit Barthes, “l'ancrage est un contrôle.”⁶³ A part de sensibiliser les lecteurs par une image tragique, le rédacteur emploie le langage verbal et visuel avec l'intention de transmettre son point de vue envers la situation critique. Nous pouvons ainsi dire que le message ajoute des informations inédites aux images et nous aide à ne pas hésiter devant la multiplicité des interprétations.

2.1.3.3 L'image : le redoublement du message

Comme la liaison du texte et de l'image est indispensable, il arrive que le message verbal et le message visuel se doublent. Ce caractère entraîne un rapport de redondance, par le sème commun entre deux types de message. En ce sens, le rédacteur joue sur l'effet de l'insistance.

Prenons comme exemple le cas de la page 1, numéro 70 (voir page 188), nous trouvons la redondance entre les signes linguistiques et l'image. La photo nous présente un malade parmi trois volontaires. Les mains, tenant les instruments médicaux pour soigner, nous décèlent l'état d'urgence. L'acte des médecins correspond au titre “Urgences extrêmes”. En effet, nous pouvons dire que le message ne donne pas une nouvelle information ; l'image et le message ont le rôle de redoublement : il nous dit ce que l'image nous décrit.

Mais notons que les images suscitent des effets impressionnants que le message “urgence” ne peut pas créer dans la perception du lecteur individuel, dû à une expérience personnelle différente. L'image sert à présenter l'ampleur des situations d'urgence.

Quand le rédacteur place le titre “Kosovo 110 volontaires aux côtés des réfugiés”, dans la photo d'un médecin à côté d'une malade (voir page 196), l'image redouble la parole. La proximité entre le médecin et la malade ne dit pas seulement la bonne volonté des équipes de rester auprès des personnes éprouvées par la misère et de les soigner en n'importe quelle circonstance, mais l'image connote aussi la contribution et la solidarité éprouvées par les équipes MSF, la qualité des professionnels que l'association n'hésite pas à faire

⁶¹ Roland Barthes, “Rhétorique de l'image,” Communications n° 4 : 45.

⁶² Martine Joly, Introduction à l'analyse de l'image, p. 104.

⁶³ Roland Barthes, “Rhétorique de l'image,” Communications n° 4 : 44.

constater par le langage verbal et visuel. Cette technique est pour attester de la valeur de l'association dans la perception des lecteurs, par le sens dénoté (langue) et le sens connoté (image).

L'image est prise comme des informations attributives du message, les connotations globales impliquent le sens de la qualité des volontaires MSF, qui engagent tous leurs efforts. Le visage du médecin exprime le souci de soigner. Comme le personnage-volontaire représente les médecins et tous les volontaires, les lecteurs tendent à assumer ces caractéristiques dans l'équipe.

L'image s'emploie comme le redoublement du message à la page 15, numéro 72 (voir page 230) concernant l'opération "faire un legs". Dans le texte, nous ne trouvons pas la formule de demande de dons, sauf les informations sur le legs : les avantages que les donateurs vont obtenir et les utilités que peuvent entraîner les biens légués. Il n'existe pas la formule comme "aidez-nous" ou "ne les oubliez pas". Mais les lecteurs peuvent comprendre qu'à travers les avantages montrés, l'association MSF est en train de demander implicitement le secours. Quant à l'image, elle fonctionne explicitement comme la demande en présentant les personnages-enfants, qui bénéficieront des biens légués sous formes de dons à travers plusieurs missions de MSF. Le geste des personnages représente une demande : leur main tendue vers la caméra qui substitue le regard des lecteurs, ils sont en train de communiquer directement avec les donateurs.

Le redoublement du message apparaît aussi dans la sélection des photos des victimes. A la page 16, numéro 68 (voir page 185), la photo d'un enfant malnourri redouble bien l'appellation des victimes : "tous ceux dont nous croisons les regards sur le terrain" alors que la photo nous montre un petit enfant qui croise notre regard. C'est un parmi beaucoup d'autres que les volontaires rencontrent dans les dispensaires chaque jour, auxquels les équipes donnent toute leur énergie pour les sauver. Ce sont des personnes que les MSF appellent "ceux pour qui nous sommes souvent l'ultime secours".

La production du sens par l'image visuelle fixe permet de mieux cerner son rôle persuasif. Non seulement la fonction principale dans l'information et la force révélatrice du réel qu'elle exprime, la photo de presse nécessite aussi l'interprétation, à l'aide du rapport qu'elle entretient avec le message. Ceci amène les lecteurs vers la signification précise, susceptible de persuader.

2.2 La structuration des idées

Les éléments visuels et graphiques dans la dernière partie représentent la mise en forme de la persuasion dans laquelle des idées se rassemblent. Nous allons désormais chercher dans le texte comment les idées débutent et aboutissent afin d'orienter les lecteurs vers la finalité prévue. De plus, le texte

nous permet de voir la progression des idées et l'articulation en séquence par la segmentation typographique en paragraphes.

Les textes de MSF Infos se constituent de plusieurs paragraphes et recouvrent environ une ou deux pages. Le texte est la partie essentielle de l'article en contenant toutes les informations avec l'éventualité de ne pas être lu. En tenant compte de l'apparition des articles dans le contexte et du fait que certains d'entre eux sont interdépendants, nous préférons aborder les textes au niveau des idées afin d'envisager globalement la persuasion qui s'articule dans un article ou une publication.

Le rédacteur, en organisant des idées, des informations, prépare un plan pour donner une forme lisible à son texte. D'après un professionnel du journalisme, M. Capelle, le plan journalistique est identique, différent du plan scolaire (introduction-développement-conclusion) ou universitaire (thèse-antithèse-synthèse). Le journaliste n'étale pas le maximum de connaissances aux yeux d'un lecteur censé tout savoir du sujet, mais il faut prendre et retenir par la main, tout au long, des lecteurs non captifs qui n'ont pas été témoins des faits et en savent moins que l'auteur.⁶⁴

Pour retenir l'attention du lecteur et favoriser la recherche d'information, l'article de presse est guidé par le principe de la pyramide renversée, qui consiste à aller du plus important au moins important. Par ce principe, comme le disent Abensour et al., "l'essentiel de l'information est livré au début de l'article et au début de chaque paragraphe. Au lieu de faire naître l'intérêt en amenant progressivement le sujet, le journaliste plonge immédiatement son lecteur au cœur de l'information."⁶⁵ Celui-ci, en se faisant très vite une idée des contenus de l'article, décide de continuer la lecture ou de passer à un autre article traitant un thème qui accroche plus son intérêt. C'est pourquoi le plan dialectique qui dispose l'essentiel ou la synthèse à la fin est incompatible avec les textes journalistiques.

Abensour et al., propose aussi des plans chronologiques inversés :

- partant de l'événement pour remonter aux causes,
 - partant de l'actualité pour revenir sur le déterminisme historique,
- et un plan explicatif ou logique :
- partant des causes pour aboutir aux conséquences. Ce type de plan s'ouvre par une accroche présentant l'événement, qui met d'emblée le lecteur dans le vif du sujet.⁶⁶

⁶⁴ Marc Capelle, Le guide de l'usage des médias, p. 64.

⁶⁵ Corinne Abensour et al., Pratique de la communication écrite, p. 76.

⁶⁶ Ibid., p. 77.

Ils ajoutent que “la logique de la pyramide inversée s’applique aussi bien à l’article qu’aux paragraphes qui le composent : chaque début de paragraphe contient l’idée importante qui sera ensuite développée et commentée.”⁶⁷

Pour retracer la structuration des textes de MSF, nous reconstituons le plan de l’article et repérons les idées importantes. Comme le paragraphe est une unité de sens, nous pouvons y repérer les idées qui découlent d’un fait et qui doivent apparaître dans un même paragraphe. Chaque nouveau paragraphe doit correspondre à une nouvelle idée ou à un fait nouveau, ce qui nous permet de diviser un article en séquences.

Pour étudier la structuration des idées, nous choisissons 12 textes des publications MSF Infos, parmi les 45 articles et 10 textes de quête de notre corpus. Les textes exemples recouvrent les trois genres principaux trouvés dans les publications, à travers des formes compositionnelles : les textes éditoriaux, les textes d’articles et les textes de quête. Ceci nous permet d’envisager la structuration d’un même genre. Les articles choisis recouvrent aussi les rubriques majeures de la publication—les missions principales de MSF—et les campagnes de la collecte de fonds, ce qui permet de retracer des structures d’un même thème. Les thèmes concernant les missions de MSF sont les catastrophes, l’enfance, le médical et la famine y compris l’actualité.

Chaque article possède un angle pour formuler le message essentiel, destiné à demander une connivence solidaire chez les lecteurs, ce qui mène enfin à la donation. Les 12 textes sont des exemples parmi une infinité d’organisations et de hiérarchisations de l’information. Le bon plan, selon Capelle, est celui qui “permettra au journaliste, compte tenu de l’espace rédactionnel et du temps dont il dispose, de donner aux lecteurs toutes les informations importantes, de la façon la plus claire possible.”⁶⁸

2.2.1 Textes éditoriaux

Texte 1 “Tout Nobel que nous sommes...”

Ce texte est l’éditorial du numéro 75 dans lequel l’auteur, le Président de MSF, attaque la violation de la paix juste après la remise du prix Nobel à l’association. Tout en obtenant le Nobel de la paix, MSF ne peut rien faire pour arrêter les massacres. Alors l’organisme annonce sa philosophie et blâme l’attaque de l’armée contre les populations civiles à travers cet article de commentaire.

⁶⁷ Ibid.

⁶⁸ Ibid., p. 66.

Comme l'éditorial est une prise de position sur l'actualité, l'auteur cherche à intégrer la philosophie de MSF pour la paix dans une situation de guerre, surtout l'opinion qui sert à valoriser l'association pacifique qui reste toujours auprès des personnes en crise. Dans la chute où le Président demande de la solidarité, bien que la demande de don ne soit pas explicite, les lecteurs, qui prennent connaissance de l'association, ne peuvent s'empêcher de prendre part pour MSF, ce qui donne envie de faire un don pour soutenir la philosophie de MSF. De la part des lecteurs, à travers le calcul du sens, il n'y a rien d'autre à faire que de continuer l'engagement en tant que donateur.

Structure des idées

- Titre : *Tout Nobel que nous sommes...*
- § 1 : (attaque) questions sur la paix, à l'occasion de la remise du prix Nobel
Exemple du massacre de l'armée russe
- § 2 : Exemple du bombardement au Sri-Lanka
- § 3 : Le pouvoir limité pour arrêter les guerres
Le devoir de MSF de rester toujours auprès des victimes
- § 4 : Vœux de fin d'année pour les victimes
(chute) Souhait de solidarité parmi les volontaires et les donateurs

Texte 2 "L'indifférence nuit gravement à la santé"

Cet éditorial, à la page 2 du numéro 70, est choisi du fait qu'il est différent des autres éditoriaux par l'absence de photo du Président et son nom. Cependant, nous trouvons son commentaire et sa prise de position sur l'actualité : l'attaque de l'indifférence aux appels à l'aide. Dans la chute, le rédacteur insiste sur la nécessité des actions concrètes. La demande implicite nous parvient à travers le calcul du sens, notamment quand apparaît la phrase "10 millions de personnes en danger : vaccinons d'urgence!" du texte voisin. Les actions concrètes citées dans la touche finale ne nous font penser à rien d'autres qu'à la donation.

Structure des idées

- Titre : *L'indifférence nuit gravement à la santé*
- § 1 : Présentation de deux personnages volontaires, de deux terrains d'intervention et de la menace des épidémies
- § 2 : Question rhétorique : indifférence causée par la disparition des maladies en France

- § 3 : Obstacles à la santé
 - faute de vaccination, la maladie quasiment disparue tue encore.
 - le manque de vaccination malgré le prix dérisoire
 - l'indifférence malgré les appels à l'aide
- § 4 : Solution : le secours de MSF aux populations en détresse
- § 5 : (chute) La nécessité des actions concrètes

Encadré du texte voisin : *10 millions de personnes en danger : vaccins d'urgence!*

2.2.2 Textes d'articles

Texte 1 "Après le passage du cyclone"

Dans un texte d'actualité, la référence des événements précédemment apparus est indispensable. Le rédacteur peut commencer par la cause pour aboutir aux conséquences comme dans le texte de la rubrique "Catastrophe", intitulé "Après le passage du cyclone", à la page 14 du numéro 68.

Ce texte se compose d'éléments fondamentaux d'un article : le bandeau, le titre, le chapeau, deux textes encadrés, le texte et l'image. Les composantes qui captent d'abord notre œil, semble-t-il, sont la photo, le titre et les sous-titres en rouge dans les encadrés. Le texte commence par la description du paysage détruit par le cyclone Mitch, à travers le témoignage d'un volontaire pour capter l'attention du lecteur et créer l'atmosphère de désordre qu'a laissé la catastrophe. Puis, les solutions à différentes étapes sont insérées pour résoudre les problèmes déjà existants. La continuité des problèmes entraîne toujours des besoins et les interventions de MSF.

En ce qui concerne la chute, il faut noter que le rédacteur n'y demande pas explicitement le don aux lecteurs. Il fait une reprise synthétique des développements pour clore l'article en mentionnant le travail à poursuivre pour répondre aux cas les plus pressants. Cette partie se répète et s'élargit dans le texte encadré juste à côté, intitulé "les besoins les plus pressants". Par le calcul du sens, les lecteurs peuvent comprendre les besoins pour lesquels la donation est indispensable.

Structure des idées

Titre : *Après le passage du cyclone*

Chapeau : *"Dans la région de Choluteca, au sud du Honduras, les flancs des montagnes étaient striés d'immenses coups de griffes : les pluies torrentielles avaient entraîné des torrents de boue, marquant les terres de coupes sombres. Les crues des fleuves*

avaient enflé leurs lits de plusieurs centaines de mètres de large et entraîné toutes les habitations sur leur passage. Et les vents ont transformé les abords des rivières en déserts de poussière et de pierres."

- § 1 : Présentation du volontaire-témoin de MSF
- § 2 : Aide pendant les urgences : interventions médicales de MSF
- § 3 : Approvisionnement de nourriture et d'eau potable
- § 4 : Aides après les urgences : programmes d'actions avec suivi des actions

Encadré 1 : Travail accompli : chiffres des interventions au Nicaragua

Encadré 2 : Travail à accomplir : les besoins les plus pressants

Légende : *La reconstruction prendra des mois...*

Texte 2 "Pour un souffle de vie"

Dans ce texte, aux pages 13-14 du numéro 75, le rédacteur consacre l'espace sous la rubrique "Infos Médicales" pour rapporter un cas spécifique d'une malade qui subit à cause d'un manque de traitement. Ce qui nous saute d'abord aux yeux sont le titre, les photos avec une légende et les encadrés qui condensent le message essentiel.

Par le titre incitatif, nous poursuivons le texte pour chercher plus d'informations. Les problèmes, les descriptions d'une malade, la douleur de survivre et les sentiments éprouvés par les médecins nous captent et retiennent notre attention jusqu'au bout. Les renseignements nous sont donnés pour décrire l'ampleur de l'inégalité d'accès aux traitements adaptés, à cause des problèmes financiers. En même temps, les textes encadrés donnent des informations en détail que le rédacteur ne veut pas insérer dans le texte de crainte d'interrompre le rythme du texte. Parmi les trois encadrés, celui qui nous adresse directement et explicitement l'appel à l'aide est mis en cadre orange typographiquement remarqué, captivant notre œil avec les gros caractères.

Structure des idées

Titre : *Pour un souffle de vie*

Chapeau : *A l'hôpital de Stepanakert (Arménie), Médecins Sans Frontières a décidé de donner aux malades de tuberculose multi-résistante les mêmes chances de guérir qu'aux patients des pays occidentaux. Un pari difficile, une bagarre contre la mort, cas par cas, patient après patient.*

- § 1 : Description d'une femme au début de la maladie
Le début du symptôme
- § 2 : 2 ans plus tard, l'approche de la mort
- § 3 : Description de la malade
- § 4 : Description du symptôme
- Intertitre 1 : *Refuser la fatalité*
- § 5 : - Détermination de deux volontaires de lutter contre la maladie
- L'échec dans le traitement
- Intertitre 2 : *Et pourtant, on a décidé d'y croire*
- § 6 : Solution de MSF : recherche des médicaments et des moyens d'approvisionnement
- § 7 : Problème : le traitement coûte très cher.
- § 8 : Conséquence : l'échec chez certains malades
- § 9 : (chute) Questionnement sur le sort fatal de ces malades
- Encadré 1 : - La situation mondiale de l'inégalité d'accès aux traitements
- La tentation de MSF d'améliorer cette crise, en déclenchant une prise de conscience des décideurs politiques
- Encadré 2 : Solutions concrètes : détails et chiffres des traitements de la tuberculose multi-résistante et le lancement du projet "Accès aux médicaments essentiels".
- Encadré 3 : L'appel à l'aide, demande explicite de sauver les patients condamnés faute de traitements adaptés

Texte 3 "10 millions de vaccins pour combattre l'épidémie"

Dans cet article, à la page 4 du numéro 70, la référence du travail partiellement accompli est indispensable d'une part pour assurer le succès de l'intervention et pour justifier une nouvelle demande de soutien. D'autre part, les lecteurs peuvent imaginer l'ampleur du travail inaccompli et la nécessité de participer au secours pour que la mission de MSF soit achevée.

Les éléments qui captent le plus notre œil sont les gros caractères : le titre, le texte encadré et l'intertitre. Les trois se relient et se complètent. Le titre nous informe sur la totalité des vaccinations tandis que l'encadré révèle l'objectif de trouver des secours pour continuer le projet par la demande de donation. Cet élément se réfère aussi au travail partiellement accompli. Et l'intertitre nous confirme que ce que MSF a déjà fait n'est pas encore suffisant. Dès le début du texte, l'attaque crée le climat par l'ampleur de l'épidémie, la chute à la clôture insiste sur l'engagement de MSF pour faire face à ce grand problème. A l'aide de la demande explicite dans l'encadré, nous pouvons interpréter que l'énoncé "aidez-nous à continuer!" ne peut se faire qu'à travers la donation.

Structure des idées

- Titre : *10 millions de vaccins pour combattre l'épidémie*
- Chapeau : *4 500 malades : depuis février, les équipes de Médecins Sans Frontières se battent pour prendre l'épidémie de vitesse.*
- § 1 : Travail partiellement accompli
- Intertitre : *Il faut faire plus*
- § 2 : La continuité du travail
- chiffres des volontaires sur le terrain
 - distribution des traitements antibiotiques
 - équipes mobiles dans les zones isolées
 - présence des MSF dans le sud du pays pour vacciner
- § 3 : Nécessité et urgences : missions de vacciner 10 millions de personnes dans 4 semaines
(chute) MSF exprime sa détermination de l'accomplir.
- Encadré : *Au Soudan, 436 000 personnes ont déjà été vaccinées. Aidez-nous à continuer!*

Texte 4 “Congo – Brazzaville : le témoignage d'un médecin”

Le texte de la rubrique “actualité” concerne les événements chauds qui se passent au Congo. Cet article aux pages 12-13 du numéro 72, rapporte le point de vue d'un témoin-médecin. La prise de position est explicitée tout au long, ce qui nous apporte l'authenticité.

Bien qu'il s'agisse d'un reportage, la structuration des idées vers la donation est aussi distinguée dans le texte. D'une part, la description des victimes et leurs expériences peuvent susciter une sympathie chez les lecteurs. D'autre part, dans la chute, l'auteur insère un événement qui tend à la possibilité de besoins parce que la ville est toujours en désordre. Par l'interprétation personnelle des lecteurs, ceux-ci peuvent calculer et prévenir un grand besoin financier pour remettre Brazzaville en état normal, qui se relie évidemment au besoin de dons.

Structure des idées

- Titre : *Congo – Brazzaville : le témoignage d'un médecin*
- Chapeau : *Tandis que le monde entier a les yeux fixés sur les Balkans, des dizaines de milliers de Congolais déplacés par la guerre civile reviennent à Brazzaville, dans un état de santé catastrophique.*

François est médecin, il effectue des missions humanitaires depuis 1991 et il vient de travailler un mois au Congo.

- § 1 : - La mort des enfants
 - Les désordres dans l'hôpital
- Intertitre 1 : *Les blessures, la fièvre, la faim...et des sourires d'enfants*
- § 2 : Tour médical ; cas tragiques des patients
- Intertitre 2 : *La journée va continuer, avec ses urgences, ses consultations...*
- § 3 : Visite au centre de nutrition ; la joie pendant la rencontre avec des enfants
- § 4 : - Cas d'urgences : un malade du choléra, des blessés, des femmes violées
 - Questionnement sur l'état psychique des victimes
- Intertitre 3 : *18 heures, il faut partir.*
- § 5 : - Etat de ville encore catastrophique
 - Retour des peuples, une offensive, des pillages par des miliciens
- Légende : *Par milliers les Congolais reviennent à Brazzaville, choqués, affamés, blessés*
- Encadré : Repères sur le Congo

Texte 5 “Ils creusaient désespérément les fourmilières pour se nourrir”

Le texte suivant du numéro 69 comporte plusieurs éléments dans un petit format spécifique d'un dépliant. Faute d'espace, certaines composantes trouvées habituellement dans d'autres numéros sont enlevées, tels que l'éditorial, le bandeau, le texte de quête. On ne garde que les éléments essentiels sous une nouvelle mise en page : un seul article occupe la plupart de la place avec des encadrés servant comme des informations supplémentaires.

En ouvrant ce dépliant, nous trouvons deux grandes parties : le recto et le verso. L'un incluant les pages 1, 5 et 6 traite un seul sujet, la famine au Soudan, tandis que l'autre occupant les pages 2, 3 et 4 contient les programmes des interventions sur tous les terrains touchés par la famine. Pour que ce soit clair, nous préférons diviser les composants du texte en éléments dits “séquences” au lieu de paragraphes qui ne représentent que des sous-séquences dans ce dépliant. Les repères visuels de chaque séquence sont les intertitres.

Dans la première partie, le rédacteur explique la cause du problème et l'illustre par le discours des témoins-volontaires et témoins-victimes, y compris les événements suite à ce problème. Malgré l'intervention de MSF, le problème ne s'efface pas parce que les combats qui existent toujours empêchent les populations de se réinstaller et de cultiver leurs champs. Ainsi, les peuples déplacés dépendent toujours de l'aide des organisations humanitaires.

Dans la deuxième partie, le rédacteur présente les solutions de MSF en détail, ainsi que le travail des médecins, les solutions concrètes pour soigner les victimes, les centres de soins, et les formes de la malnutrition. Ces trois pages font ressortir les éléments “Solutions proposées par MSF” en quatre encadrés, ce qui rassure les lecteurs sur les missions de l’association. De plus, le rédacteur interpelle les lecteurs dans l’encadré “Zone rouge : danger de mort” et les laisse calculer le prix d’un franc qui peut sauver la vie d’un enfant-victime, dans “Un coût dérisoire pour des repas médicalisés”.

Nous aimerions souligner que les éléments sont interdépendants et concourent à aboutir à l’appel à l’aide. L’élément comme “Zone rouge” sert d’interpellation aux lecteurs pour faire mieux comprendre la crise, avant le don. Parallèlement, le texte dans la partie A fait aussi appel à la demande explicite en adressant le discours aux lecteurs à travers la formule de la sollicitation.

Structure des idées

Pages 1, 5, 6 (le recto)

- Titre : *Ils creusaient désespérément les fourmilières pour se nourrir*
 Séq. 1 : La famine causée par l’extrême sécheresse
 Intertitre 1 : *Des milliers de personnes réduites à la famine*
 Séq. 2 : Expérience des témoins-volontaires et témoins-victimes ;
 Intertitre 2 : *Des choix inhumains*
 Séq. 3 : Problèmes dans la distribution de la nourriture
 - certaines mères doivent choisir entre leurs enfants et laisser certains mourir à cause de l’insuffisance de nourriture
 - les mères se battent pour la nourriture
 - l’état de la malnutrition
 - Nécessité pour MSF d’apporter le secours à nouveau, en raison des combats
 - (chute) Sollicitation pour ne pas oublier les personnes en crise

Pages 2, 3, 4 (le verso)

- Titre : *Contre la faim, les armes de la vie*
 Séq. 1 : Chronologie de la famine
 Intertitre 1 : *Zone rouge : danger de mort*
 Séq. 2 : Zone rouge : interpellation aux lecteurs d’agir de la même manière que les médecins de MSF afin de mesurer et de comprendre l’ampleur de la malnutrition
 Intertitre 2 : *Le centre de nutrition : leur seule chance de survie*
 Séq. 3 : - Le cas de malnutrition chez les enfants

- La prise en charge de MSF
 - Deux étapes de traitement
- Intertitre 3 : *Les deux visages de la faim*
- Séq. 4 : Deux formes de malnutrition
- Intertitre 4 : *Un coût dérisoire pour des repas médicalisés*
- Séq. 5 : Exemples de repas peu coûteux, 1 franc peut y suffire.

Texte 6 “Sous l’objectif des enfants des rues”

Nous trouvons les composantes variées dans cet article à la page 12 du numéro hors série de mai : le bandeau, le titre, le chapeau, le texte, l’intertitre et la légende-photo.

Une remarque importante : l’article peut être complet en lui-même en donnant les informations nécessaires à la compréhension mais la coexistence d’un article voisin est aussi nécessaire pour la persuasion.

Il faut aussi constater que l’attaque et la chute de cet article n’ont rien à voir avec la demande de dons. Le message essentiel est de susciter une sympathie et une bonne compréhension des enfants en errance. La pitié qu’on éprouve envers ces enfants pourrait entraîner plus tard le don mais la demande pour la collecte de fonds est une étape au delà de cet article.

Ce que nous considérons supplémentaire à ce texte, c’est l’article qui se trouve au dessous parlant des solutions plus concrètes et susceptibles, et décrivant les projets de soins, les moyens pour prendre en charge la vie des enfants, tels que les programmes de soutien psychologique et les centres de détention pour les mineurs.

Outre la demande de sympathie, nous voyons qu’il n’existe pas la formule de demande de dons sous n’importe quelle mesure. Il est possible de conclure ici que le procès de demande de donation doit recourir à d’autres textes dans le même numéro, par exemple, dans le texte “Faire un legs”. Celui-ci concerne surtout les enfants et les bénéficiaires qu’ils reçoivent à travers ce qu’on lègue à l’association MSF. Nous trouvons d’ailleurs que l’article sert d’argument et d’information sur l’orientation qui aboutit à la persuasion dans l’autre article “Faire un legs”.

Structure des idées

Titre : *Sous l’objectif des enfants des rues*

Chapeau : *“N’ayez pas peur de nous. Nous sommes des êtres humains comme vous. Vous pouvez nous respecter. Si vous avez peur de nous, nous nous sentons en colère.”*

- § 1 : Condition de vie des personnages-victimes
 § 2 : L'indifférence des autres envers les victimes
 Intertitre : *Avec leurs propres mots, ils ont dit qui ils étaient*
 § 3 : La tentation de MSF de changer les attitudes des Guatémaltèques envers les enfants par une exposition de photo
 § 4 : (chute) Touche finale revenant au début : l'envie des enfants d'être acceptés comme un être humain
- Légende : *La rue : un espace où la violence cotoie aussi la solidarité*

Texte 7 “Le choix de l'enfant”

Le texte suivant, à la page 6 du numéro 75, appartient à la rubrique “dossier” dans laquelle un sujet mis en valeur occupe plusieurs pages. Cette rubrique comporte plusieurs articles indépendants dans le même thème, par exemple, la maladie, l'enfance, la catastrophe, autrement dit l'événement chaud au moment de la parution. Le “dossier” est toujours introduit par une page d'introduction avec une photo sans légende qui s'accorde bien au thème, mais non spécifique. Quant à ce texte, nous choisissons le thème “enfance” du dossier “enfances en danger” comportant les problèmes des enfants de divers pays dans 6 articles du thème principal.

La structure des idées de la page d'introduction, à la page 5, contient les clauses concernant l'enfant ratifiées par 191 pays, les problèmes auxquels les enfants font face et les solutions en général. Il faut savoir que dans cette page les cas exemples peuvent s'insérer mais nous ne trouvons pas dans cette étape préliminaire la formule de demande de don. Quant à l'article choisi, nous remarquons qu'il s'agit des événements globaux du monde et des interventions de MSF.

Comme l'article choisi est le premier parmi les six articles du même dossier, nous voyons que le rédacteur diffuse une information générale des problèmes avec les principes et les interventions de MSF, plutôt qu'oriente les lecteurs vers une demande d'aide. Cependant, il faut remarquer que s'insèrent les renseignements sur le travail et la tentation de l'association MSF, ce qui permet de soutenir l'image de marque de MSF, en tant que professionnel unique et compréhensif. Cette idée n'oriente pas vers la donation immédiate mais peut susciter une bonne compréhension, une admiration dans MSF. C'est la manière de persuader d'abord les lecteurs d'être d'accord avec ce que l'association dira dans l'étape suivante.

Structure des idées

- Titre : *Le choix de l'enfant*
- Chapeau : *Enfants des rues, enfants des bidonvilles, orphelins... Ils sont des milliers à Madagascar, au Guatemala, au Pérou, des centaines de milliers en Chine. Exclut parmi les exclus, victimes de la violence des adultes, du froid, de la faim... chaque jour, pour eux, est une nouvelle lutte pour la survie.*
- § 1 : Assistance de MSF au sujet de l'enfance malgré le champ inhabituel
- § 2 : L'ampleur des problèmes et l'expansion des missions dans différents champs
- § 3 : Devoir de MSF d'accompagner les personnes en crise
- Intertitre 1 : *Au-delà de l'aide médicale*
- § 4 :
 - Besoins des enfants, outre le traitement médical
 - Nécessité de MSF de fournir d'autres approches : psychologiques, sociales et juridiques
 - Questionnement éthique sur les problèmes juridiques
- Intertitre 2 : *Respecter les choix des enfants*
- § 5 : Unicité et initiation de MSF
- § 6 : Comment respecter les choix d'enfants
- § 7 : Tentation de MSF de s'adapter aux problèmes différents (chute) Mise en valeur des missions de MSF

2.2.3 Textes de quête

Texte 1 "1 Franc par Jour"

Les composantes parues dans le texte de quête de l'opération "1 Franc par Jour" à la page 16 du numéro 72 nous aident à repérer les séquences et le contenu de chacune. Comme chacune des trois colonnes se divise en intertitre, nous sommes guidés pour saisir le message essentiel. Dans les deux premières colonnes, nous trouvons les mêmes structures d'idées. Le premier paragraphe se consacre au sauvetage des victimes des maladies tandis que le deuxième cite le succès grâce aux dons. Mais les terrains exemples sont différents. Nous remarquons d'ailleurs la demande de don, mise en relief par les caractères en gras, séparément posés hors du texte, sous la photo. Après avoir placé l'œil sur celle-ci, le lecteur sera attiré sur ce texte et sera incité à participer à cette activité.

Ce texte insiste sur l'approche positive en décrivant la valeur d'un franc qui peut sauver une vie humaine. Pour encourager les lecteurs à participer à l'opération "1 Franc par Jour", il est nécessaire de mentionner le travail

accompli afin de créer la confiance dans la donation. La mise en valeur de la participation est explicite pour favoriser les dons. De plus, le texte fournit un contact direct et personnel à travers le coupon à remplir qui représente l'acte de don.

Structure des idées

Titre : *1 Franc par Jour*

Intertitre 1 : *On vaccine un enfant*

§ 1 : - Valeur d'un franc pour sauver une vie des maladies déjà mentionnées dans d'autres articles
- Urgence de vacciner des enfants
- Urgence de la vaccination en masse dans une contrainte temporelle

§ 2 : Travail accompli au Pérou

Intertitre 2 : *On soigne quotidiennement les malades*

§ 3 : Travail de MSF : le soin du choléra

§ 4 : Travail accompli au Mozambique

Intertitre 3 : *Le plus petit des dons pour le plus précieux des secours*

§ 5 : - Valeur d'un franc en sauvant une vie à travers un vaccin
- Interpellation aux lecteurs d'agir à leur tour
- Procédure d'agir
- Gestion de dons

Texte mis en relief : *N'attendez pas! Dès aujourd'hui, rejoignez tous ceux qui sont, jour après jour, engagés contre la souffrance et la maladie. Sur le terrain, votre franc quotidien fait la différence!*

Texte 2 "Opération "1 Franc par Jour" La solidarité du quotidien"

Ce texte de quête "1 Franc par Jour" à la page 8 du numéro 70 se compose du titre, de la légende-photo, du texte et du coupon. Il commence par l'attaque du texte rédactionnel, citant la situation critique auparavant mentionnée dans les autres articles de ce journal. Le texte est comme d'habitude une demande et un rappel au cas où les lecteurs seraient sensibles aux événements déjà racontés. C'est alors une étape d'action, avec le moyen de contact fourni dans le coupon "accord de don direct".

Dans le texte, nous remarquons les étapes progressives pour demander la participation aux secours, ce qui veut dire des dons. Après avoir décrit les problèmes et les solutions proposées par MSF, le rédacteur demande la participation des lecteurs en s'adressant à eux. Puis, vu la nécessité d'être prêt, il exige que le don soit fait dans un moment limité comme les urgences arrivent

tout le temps. Enfin, il leur offre le moyen de participer aux secours en décrivant les procédés de réponse, ce qui veut dire que la persuasion mène à l'action.

Structure des idées

- Titre : *Opération "1 Franc par Jour" La solidarité du quotidien*
- § 1 : Situation critique de la méningite
Solution pour cette maladie fatale : une dose de vaccin
- § 2 : Intervention de MSF dans la vaccination d'urgence
- § 3 : - Nécessité d'acheminer des millions de doses de vaccin sur place et en sécurité, en cas d'épidémie
- Nécessité d'être toujours prêt pour la prochaine épidémie
- § 4 : Interpellation du lecteur pour la préparation des épidémies éventuelles
- § 5 : - Demande pour une action immédiate
- Demande de participation au groupe des donateurs existants
- Valeur d'un franc dans le contexte social français
- § 6 : Demande de dons : procédure d'agir
(chute) Mise en valeur du don par rapport à la gestion de MSF
- Légende : *Parce que sur tous les terrains de l'urgence, la solidarité se conjugue au quotidien, participez à l'opération 1 Franc par Jour.*

Texte 3 "Faire un legs, c'est offrir l'avenir"

Ce texte, à la page 15 du numéro 68, est unique parmi les trois textes de "Faire un legs", grâce à la division des séquences par les questions, qui se marquent par les intertitres dirigeant le contenu de chaque séquence. Etant un texte de quête donnant des explications sur le testament et le legs, cet article tend à rendre le sujet abordé plus facile et accessible. A l'aide du coupon au bas de la page, les lecteurs peuvent poser des questions plus profondes et en même temps, cette composante permet au journal d'établir un contact direct et personnel avec chaque lecteur-cible, ce qui favorise l'augmentation des fichiers des prospects.

Les composantes les plus distinguables sont le titre, les intertitres et le coupon. Surtout pour les intertitres, les lecteurs s'en servent comme des repères visuels pour chercher les sujets qui sont plus proches de leur intérêt.

Dans la chute, pour conclure cet article, le rédacteur n'oublie pas de rassurer les lecteurs de l'importance des biens qu'ils légueront, quoi que ce soit, pour effacer n'importe quel obstacle éventuellement causé par l'incompréhension dans le testament. Cette idée se marque dans la technique de

présentation du contenu et aussi le coupon pour demander des renseignements supplémentaires. Ainsi pourrions-nous dire que le rédacteur fait connaître le sujet, assez compliqué de l'avis des lecteurs, puis il illustre les avantages du legs en citant le legs avec MSF comme œuvre exemplaire. Enfin, après avoir montré la simplicité de cette forme de donation, le journaliste invite les lecteurs à agir en remplissant le coupon et en contactant l'organisation pour plus d'informations, ce qui peut mener plus tard à la participation dans l'opération.

Structure des idées

Titre : *Faire un legs, c'est offrir l'avenir*

Chapeau : *Vous êtes nombreux à nous poser des questions sur les legs, et nous répondons aujourd'hui à celles qui reviennent le plus souvent.*

Séq. 1 : Introduction sur le testament

Intertitre 1 : *Pourquoi faire un testament?*

Séq. 2 : Transmission des biens : une possibilité de faire un legs à une œuvre

Intertitre 2 : *Pourquoi faire un legs à une association?*

Séq. 3 : Avantage de faire un legs à une œuvre, au sujet des droits de succession

Intertitre 3 : *Que peut-on léguer?*

Séq. 4 : - Explication sur ce que l'on peut léguer

- Cas exemple : avantage de léguer à MSF

- Interpellation au lecteur de faire un legs avec MSF

- Insistance sur la simplicité de faire un legs avec MSF

Intertitre 4 : *A quoi servent les legs reçus par Médecins Sans Frontières?*

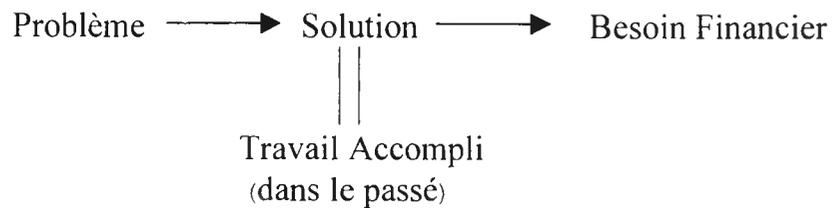
Séq. 5 : Les moyens de gérer les legs reçus, l'action transparente (chute) Tout ce qui est légué a de l'importance pour MSF.

Les structures des plans journalistiques cernées dans les 12 textes mettent en lumière les itinéraires similaires des idées. Chacun débute par une présentation des problèmes auxquels font face MSF et les victimes, en tant que cause et le besoin de l'aide comme conséquence. En même temps, il importe de se référer aux solutions proposées par MSF. Nous pouvons en ressortir un lien entre les idées, en un simple schéma suivant :

Problème ———> Solution ———> Besoin Financier

(Utilisations de fonds)

C'est dans l'étape de "besoin" que MSF demande aux lecteurs la participation. Il est à remarquer que le travail accompli ou le succès à propos de l'intervention de MSF est souvent inséré pour rassurer les lecteurs de leur engagement dans l'association et pour montrer que cela vaut la peine de faire un don à MSF. C'est dans cette démarche que le rédacteur peut insérer les qualités de MSF pour faire adhérer les lecteurs aux valeurs de l'organisme. En encourageant les lecteurs à investir, le travail accompli valorise l'image de marque de MSF professionnel. Le schéma devient ainsi :



Pourtant, il faut dans certains cas de la continuité dans les soutiens à cause de la continuité des problèmes, ou de l'intervention face à de nouveaux obstacles. Souvent, la nécessité d'être toujours prêt pour l'avenir exige une donation continue. En ce sens, le rédacteur doit mentionner l'ampleur du problème et le travail inaccompli pour montrer l'insuffisance des soutiens existants.



Si le travail accompli ne se réalise pas, le travail inaccompli doit s'insérer pour mettre en œuvre la nécessité du nouveau besoin. Afin de faire face à tel ou tel problème et d'appliquer efficacement des solutions proposées, il faut la solidarité des lecteurs sous forme de dons. L'organisme n'hésite pas à éprouver son espoir, sa détermination pour améliorer les situations de crise, grâce à la solidarité des donateurs. Même si la demande n'est pas explicite, le rédacteur nous montre des besoins par lesquels nous faisons le calcul du sens et comprenons la nécessité de participer. Nous pouvons ainsi dire que la structuration des arguments vise à établir une opinion et à provoquer une action particulière, ce qui oblige à dépendre les problèmes menaçants, à faire accepter aux lecteurs l'engagement de MSF et puis à conseiller aux lecteurs d'y participer concrètement en donnant un secours financier.

Nous remarquons d'ailleurs que la chute joue un rôle important, celui de nous orienter vers la conclusion de la donation, ou au moins vers l'approbation

dans le principe de MSF. La chute peut fonctionner comme l'incitation et le rappel à la donation (texte de quête 1), le questionnement (texte d'article 2), la prévision sur l'avenir (texte d'article 4), la mise en valeur de l'association MSF (texte d'article 7), le souhait de la solidarité (texte éditorial 1), par exemple. Quoi qu'il en soit, la chute interpelle souvent les lecteurs, invite à réfléchir à ce que propose le texte, à calculer le sens, à constater la nécessité de participer aux secours. Cela veut dire que la persuasion directe se trouve bien dans cette étape. Cependant, il faut savoir que la structuration des articles de même thème peut mener à une conclusion différente, tels que les articles sous la rubrique "Enfance", conformément à la position des articles, au contenu ou à l'objectif du texte. De plus, l'aboutissement du texte sur l'incitation à la donation peut être sous forme de différentes parties dans la composition du texte journalistique. La chute peut persuader, accrocher ou rappeler la dernière attention, conclure ou orienter les lecteurs vers la persuasion. L'encadré sert également de rappel ou de conclusion explicite de demande de dons. Il arrive aussi, surtout dans les textes de quête, que le texte se termine en faisant agir les lecteurs : cet acte peut se réaliser grâce au coupon réponse.

En revenant aux plans chronologiques inversés proposés par Abensour et al.⁶⁹, nous trouvons que les articles de MSF Infos peuvent bien s'y appliquer, en partant de l'événement pour remonter aux causes, de l'actualité pour revenir sur le déterminisme historique ou même des causes pour aboutir aux conséquences. Mais l'essentiel, c'est de recouvrir le problème, la solution et le besoin de dons.

Il n'est pas moins vrai de dire que certains textes ne servent pas à persuader mais à soutenir d'autres textes, en tant qu'information de base, susceptible de persuader dans l'étape prochaine. Ces articles dits informatifs jouent sur la crédibilité, l'image de l'association ou l'allusion aux sources. En ce sens, la conclusion explicite ou implicite peut se marquer dans d'autres textes du même numéro.

Nous soulignons ainsi que tous les éléments, au niveau des formes et des idées, s'interdépendent et se réfèrent l'un à l'autre, toujours reliés au sujet traité, au thème abordé pour que chacun contribue à un effet persuasif. A part le fait de fournir les points de repère visuel dans le texte, la titraille et l'encadré commencent la première phase de la persuasion tandis que le chapeau, l'attaque et la légende mettent en appétit et incite la lecture dans l'étape suivante. Quant au texte, il décrit la condition et la raison de demander le don. Les encadrés informatifs aident ensuite à soutenir les besoins proposés dans le texte et les encadrés incitatifs expriment une demande explicite. La dernière phase, la chute clôt l'article par une accroche qui est destinée à nous faire penser et à nous guider vers l'action. A l'échelon des idées, nous remarquons la

⁶⁹ Voir page 84.

progression des idées dans chaque texte. A deux niveaux, il existe un lien qui enchaîne les différentes composantes pour aboutir à une finalité. Il ne suffit pas de persuader par le “circuit court”, seulement par des accroches et des gros titres. Pour les textes des organisations humanitaires, des informations détaillées et une bonne compréhension sont fortement nécessaires pour soutenir le raisonnement.

Ce chapitre contribue à retracer les idées au niveau structurel où nous pouvons distinguer les différents liens, et leur structuration. Les éléments visuels et formels ne représentent qu’une partie de la mise en forme des idées persuasives. La persuasion prend aussi sa force à travers les sens et les significations dans le message, ou autrement dit l’écriture du texte. Les techniques de persuasion par la langue seront minutieusement cernées dans le chapitre suivant où nous traiterons des aspects linguistiques dans la micro-organisation.