

CONSEILS POUR LA RÉDACTION DE COURRIER DES LECTEUR-TRICE-S

Dans les journaux locaux, les courriers des lecteur-trice-s sont les rubriques les plus lues après les nécrologies. Mais même dans les grands quotidiens, les colonnes réservées aux courriers des lecteur-trice-s attirent bien l'attention. Dans les campagnes de votations, elles contribuent de manière essentielle à la formation de l'opinion et offrent la possibilité – même sans moyens financiers – de contrer les arguments de la partie adverse ou d'expliquer ses propres arguments, etc. et, ainsi, de faire connaître sa propre position et sa conviction.

Cependant, compte tenu du fait de que les gens sont toujours moins disposés à lire, ou tout au moins à lire de longs textes, quelques règles de base doivent être observées pour l'écriture des courriers des lecteur-trices :

- « Le secret réside dans la brièveté » : les courriers des lecteur-trices contenant plus de 1'500 caractères sont rarement publiés
- Limite-toi à une ou deux assertions principales, que tu expliques ensuite plus en détail.
- Si possible, réfère-toi à un article spécifique paru dans le journal auquel tu adresses ton courrier des lecteur-trice-s. Toutefois, les journaux locaux en particulier impriment aussi des courriers des lecteur-trices ne faisant pas référence à un article spécifique (surtout avant les votations).
- Tu peux également écrire le même courrier des lecteur-trice à plusieurs journaux, mais en écrivant un courrier séparé à chacun d'entre eux et en te référant à un article paru dans le journal en question.
- Ne fais jamais figurer quelqu'un en CC dans les mails que tu envoies à la rédaction. Ceci pourrait être mal interprété, comme si tu envoyais ta lettre au nom de quelqu'un d'autre.
- Donne toujours ton adresse complète et, si possible, un numéro de téléphone où l'on peut te joindre pendant la journée. Certains journaux vérifient si les lettres envoyées proviennent bien de l'expéditeur mentionné.
- Essaie de t'adapter aux lectrices et lecteurs du journal qui publiera ta lettre : ainsi, dans un courrier des lecteur-trice-s adressée au journal Le Matin, tu utiliseras un vocabulaire différent de celui d'un courrier allant au journal Le Courrier.

CONSEILS DÉTAILLÉS POUR LA RÉDACTION D'UN COURRIER DES LECTEUR/TRICE-S

LE TITRE

Bien sûr, le titre est destiné avant tout à éveiller la curiosité des lectrices et lecteurs. Mais le rédacteur en chef doit aussi se sentir interpellé car, finalement, c'est lui qui décide de publier ou non. Un titre factuel, par exemple « Votations de mai » n'est donc pas adapté à cet effet. Une phrase courte et marquante, un jeu de mot, un appel ou une question est plus à même de retenir l'attention. Les lecteurs sont particulièrement friands des polémiques qui apparaissent déjà dans le titre.

Vers la fin d'une campagne, le titre est un véhicule important pour faire passer un slogan. La plupart des lectrices et lecteurs survolent les articles concernant les votations et ne prêtent attention qu'aux gros titres.

LE TEXTE

Le texte doit être court et concis. Il est recommandé de ne pas dépasser 1'000 caractères. Il est impossible d'inclure tous les arguments dans un courrier des lecteur-trice-s de manière exhaustive. Les auteurs de ces courriers doivent avoir le courage de ne pas tout écrire ! Il est donc conseillé de ne mentionner qu'un ou deux arguments ou réflexions. Ces arguments peuvent être insolents, offensants, factuels, interrogateurs, conciliants, surprenants, émotionnels, etc., selon son goût personnel. L'ironie et le cynisme en tant qu'artifices stylistiques ne sont compris que par quelques-un-e-s et doivent donc être utilisés avec prudence.

PAS D'AUTEUR-E-S ANONYMES

Tout courrier des lecteur-trice-s doit porter un nom et une date. Afin d'attirer l'attention des habitants de sa ville, de son village, dans son quartier, le lieu de domicile peut être ajouté.

Dans un courriel d'accompagnement, l'adresse électronique, l'adresse postale et le numéro de téléphone doivent également figurer pour permettre toute demande de renseignements complémentaires que la rédaction pourrait avoir. Le texte d'accompagnement du courrier a généralement la teneur suivante : « Je vous prie de bien vouloir publier le courrier des lecteur-trice-e ci-joint dans votre journal. Un grand merci. »

Pour finir, une petite consolation, néanmoins importante : les courriers des lecteur-trice-s qui ne sont pas publiés ont quand même un effet. Elles donnent aux commentateurs une image de l'intention de vote des lectrices et des lecteurs et peuvent ainsi influencer l'orientation des éditoriaux.