

# LE « STORY-TELLING » CONTRE L'INFORMATION

LE 21 DÉCEMBRE 2010 CYRILLE FRANK

Le "story-telling" est devenu l'un des termes à la mode du marketing-journalistique. Pour intéresser désormais le public, il faut lui raconter une histoire susceptible de l'émouvoir. Une pratique ancienne qui présente des risques déontologiques.

Les faits sont mornes, banals, inintéressants ? Et bien, habillons-les d'un vernis narratif agréable, "vendeur" qui fera appel aux émotions : compassion, révolte, admiration. **Tout plutôt que l'apathie et l'indifférence des évènements bruts.**

L'enquête universitaire valide ou invalide un postulat en fonction des éléments trouvés. Les reportages d'information en particulier télévisuels, eux, **sont construits en amont des preuves** rassemblées. Le canevas du reportage est décidé en salle de rédaction et seuls sont collectés les images et témoignages confortant ce parti-pris, ce choix éditorial préalable.

Patrick Champagne dans "**la vision médiatique**" a montré comment les journalistes **construisent parfois la réalité qu'ils prétendent décrire**. Qu'il s'agisse du problème des banlieues ou des manifestations d'étudiants, ils vont chercher sur le terrain les éléments de réponse qu'ils ont élaboré dans leur bureau.

## Story-telling, par souci de vitesse et de rentabilité

Primo, **les journalistes télé n'ont guère le temps** de procéder à une vraie enquête. L'actualité commande d'aller vite, "t'as une journée pour récupérer de l'image coco". La contrainte d'organisation et derrière celle-ci la pression économique est forte.

Secondo, la course à l'audience, la **concurrence pousse au spectaculaire et à la simplification**.

Des émeutes à Vaux-en-Velin ? Pour en comprendre les raisons, il suffit de voir les immeubles délabrés, la tristesse des tours, l'insalubrité des lieux que l'on va filmer sous leur pire angle. Le chômage d'une poignée de jeunes qui zonent, la violence verbale des petits caïds désireux de gagner quelques galons de respectabilité en passant à la télé, **suffiront à expliquer les motifs** du "malaise". Le message est simple : c'est le lieu de vie déprimant, ces "horizons bouchés" et l'oisiveté qui conduisent à la révolte, au délit.

Tant pis si les choses sont plus complexes, tant pis si la majorité des habitants de la cité est composée de travailleurs silencieux et dociles. Qu'importe si le tissu associatif est foisonnant et créatif, si tous les équipements sportifs et culturels fraîchement achetés disent le contraire du discours misérabiliste. Le journaliste ne sélectionnera que les éléments **conformes à son schéma originel**.

Il faut raconter cette histoire qui apportera du "sens" au téléspectateur. Mais s'il vous plaît une explication rapide, le sujet ne dure que 5 mn. Difficile d'aborder la complexité dans des formats si étroits, et **pas de chance : notre monde se complexifie...**

Et puis **l'intelligence n'est tout simplement pas rentable**. Il est tellement plus vendeur d'angler un reportage de 20 mn sur la **violence machiste des jeunes de banlieue**. Du spectaculaire, du révoltant, de l'anxiogène coco...



## L'édulcoration du réel

Certains autres reportages vont procéder à l'inverse en valorisant les **émotions et sentiments positifs**. Le JT de 13h de Jean-Pierre Pernaut nous modèle une France idéale et irréelle de carte postale, celle de nos régions tellement riches, jolies et harmonieuses. Cette France de la tradition emplie de bon sens, de beauté, d'intelligence. Une vision conçue sur mesure pour sa cible : les retraités et femmes au foyer, majoritaires devant leur poste à cette heure de la journée.

Mais les champions toutes catégories du story-telling sont indéniablement les journalistes sportifs, en particulier en télévision. Stade2 version Chamoulaud/Holz ont poussé à son comble cette façon de faire du journalisme, par scénarisation de l'information.

Le domaine roi où s'exerce cette technique : les portraits qui **sont construits à l'hollywoodienne, sur des canevas standardisés** :

- 1- Un défi difficile, un but lointain et inaccessible (championnat, prix...)
- 2- Des difficultés, des épreuves, la souffrance, les injustices qui s'accumulent
- 3- Description des vertus du héros : gentil, persévérant, fidèle, aimant sa famille...
- 4- La victoire, enfin, l'apothéose, la récompense.
- 5- Epilogue : tout est bien qui finit bien, la morale est sauve, il n'y a pas de hasard, les justes sont récompensés. Vous pouvez dormir tranquilles, tout est bien dans le meilleur des mondes.

Dans ce vieux reportage de Stade2, le petit jeune dont on dresse le portrait, **Zinedine Zidane** est un gentil garçon. Et comme les mots pour le décrire ne viennent pas tout seuls à sa compagne, le journaliste n'hésite pas à les lui souffler : « il est gentil hein ? »...

**Construction préalable.**

La vie est déjà assez dure, **le sport conçu comme divertissement se rapproche de la fiction**, pour servir l'émotion, y compris contre l'information.

D'où la mièvrerie de Gérard Holz qui dissimule gentiment les histoires de gros sous, la tricherie institutionnalisée du vélo ou de l'athlétisme, les vilaines batailles en coulisses. Qui idéalise les portraits des sportifs qui sont tous "sympas", même quand tout le monde sait en coulisse qu'ils sont parfaitement antipathiques.

Dans ce **monde de carton-pâte, kawai et kitch**, la télévision devient évasion, rêve, fiction sous les apparences d'une réalité objective. L'alibi derrière la guerre économique que se livrent chaînes de tv ou titres de presse est vite trouvé : **donner du bonheur aux gens**.

## La télé réalité n'a pas été inventée par Endemol

**Ce mélange de fiction et de réalité** tellement dénoncé quant il s'agit du « Loft » ou de « Secret Story » ne date donc pas de ces émissions. Ce mélange emplit nos journaux télé, nos reportages, nos magazines depuis bien plus longtemps...

L'objectivité journalistique n'existe pas bien naturellement. On n'échappe pas à sa culture, son éducation, son environnement qui forgent des constructions mentales, des a-priori

inconscients.

Mais s'il n'y a pas obligation de résultat en termes d'objectivité, il y a **une obligation de moyens** : l'honnêteté intellectuelle, la rigueur dans le recueil des données, la confrontation des points de vue, la prudence dans la présentation des informations... Autant de qualités qui font un bon journaliste (entre autres).

Aujourd'hui, la culture de l'émotion à tout prix déforme l'information. Et **la compétition autour de l'attention** par ultra-concurrence des messages et des émetteurs accentue le mouvement.

Sous prétexte d'apporter du sens au lecteur-télespectateur, même si l'explication est fautive ou incomplète, sous prétexte de lui procurer du "bonheur", on déforme la réalité. Ce qui n'est pas si grave quand on annonce clairement la couleur. Ce qui l'est davantage quand le mélange est **effectué insidieusement, par la bande, sous un vernis de respectabilité**.

Finalement, je préfère presque le "Loft" à "Envoyé Spécial".  
Presque.

>> Article initialement publié sur **Médiaculture**

>> Illustrations Flickr CC : **Tayrawr Fortune, pshmell**

### GERALD HOLUBOWICZ

le 21 décembre 2010 - 20:54 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*1- Storytelling = narration, même chose, ni plus ni moins. Pas de notion de vitesse, ni de "baclage" ni de rentabilité. Juste le fait de raconter une histoire. C'est tout.*

*2- Albert Londres était un des premiers à user de la narration dans ces reportages et une des plus grandes références en terme de journalisme. Si le "storytelling" était si néfaste, "AU BAGNE" n'aurait certainement pas eu le succès qu'il eut.*

*3- Les Revues "XXI", "Usbek & Rica" ou le prochain "Propos" reposent toutes sur le principe de l'information narrative (ou... oui oui... Storytelling).*

*4- Si l'émotion dans l'information choque, alors, c'est toute la notion d'information qu'il faut revoir (exit les travaux de J. Natchwey, de M. Bleadsdale, M. Riboux, L. Vanderstock, R. Haviv, L. Burrows ou d'autres... oui, je suis photojournaliste)*

*5- Si l'émotion attire le public à l'information, pourquoi s'en priver (à moins qu'on ne veuille faire ce métier que pour soit, dans ce cas, pas besoin de lecteurs... mais au diable l'info)*

*6- Que celui qui se rappelle du nombre de morts lors de la coulée de boue de 85 en Colombie lève le doigt (info). Que celui qui se rappelle de cette tragédie car il se souvient d'Omaïra Sanchez lève le doigt (émotion).*

*7- Enfin "Marketing" n'est pas un gros mot! Remplacez-le par promotion, ça ira mieux. Il y a le savoir, le savoir faire et le faire savoir, non? Ben le marketing c'est le faire savoir.*

*La nuance est en toutes choses. :-)* Au plaisir de vous relire.

VOUS AIMEZ



1

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

### LOUIS

le 21 décembre 2010 - 21:54 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Merci Gerald...

*Je crois qu'on en revient toujours au même problème : les anglosaxons ont compris que tout est récit (je dis bien récit, pas nécessairement fiction), et qu'à partir de là le storytelling n'est pas le fait de travestir la réalité mais simplement d'en faire ressortir les aspérités et saillances pour en faciliter la compréhension (sachant que quoi qu'il arrive, il est impossible par essence de la restituer de manière parfaitement neutre). Certains Français l'ont très bien compris aussi, mais cet article montre bien que beaucoup perçoivent encore le storytelling comme une tromperie à cause de l'amalgame avec le mauvais journalisme (les exemples cités par l'article sont vrais et méritent que l'on s'interroge, mais ils tiennent plus du journalisme bâclé que du vrai storytelling).*

*J'ajoute qu'assimiler storytelling comme technique marketing et storytelling comme principe d'écriture est compréhensible mais trop réducteur...*

*Au plaisir de vous lire également :)*

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

**KARINE HALPERN**

le 22 décembre 2010 - 0:51 &amp;bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*Storytelling s'écrit bien tout attaché. Il fait référence au marketing, à la pub, à la culture, à la société/ Il a été détourné par les gens du marketing pour finalement revenir au fondamental, son sens culturelle simple comme par exemple un conte, un récit au coin du feu qu'on nous raconte pour faire passer un bon moment.*

*Il est en ce moment repris par les gens des médias et de la pub, et de la soit-disante innovation, pour le mettre à la sauce du transmedia qui lui l'utilise dans son sens d'origine, c'est à la dire une bonne veille histoire basique qui sert à construire autour et au travers.*

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

**CYCERON**

le 22 décembre 2010 - 8:31 &amp;bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*Bonjour Gerald,*

*Merci de ce commentaire juste et intéressant.*

*Comme vous dites, la nuance est en toutes choses. Et c'est précisément l'excès que je dénonce. D'émotion, de déformation narrative, d'édulcoration commerciale.*

*Raconter une histoire, certes, mais sans la déformer, c'est cela le vrai défi et là où le bât blesse quelquefois aujourd'hui.*

*Non je n'ai rien contre le marketing, vous prêchez là un converti, la preuve : <http://www.mediaculture.fr/2010/08/20/quand-les-journalistes-se-font-marketeux-ce-n%E2%80%99est-pas-chiant/>*

*Mais attention à ne pas s'éloigner trop des faits pour vendre, voilà mon propos. La fiction et l'info sont deux choses différentes, on peut pourquoi pas les mélanger, mais il faut alors clairement annoncer la couleur. Ce qui n'est pas le cas dans les JT*

*Au plaisir également de vous répondre :)*

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

**CYCERON**

le 22 décembre 2010 - 8:40 &amp;bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*Bonjour Louis,*

*Il y a un récit en tout, j'en suis bien d'accord. Disons que je m'attaque alors à l'utilisation abusive du storytelling, dont les gens de marketing nous rebattent les oreilles aujourd'hui mais qui n'est pas nouveau.*

*Je conteste le mélange insidieux des genres entre faits et fiction, entre faits et commentaires. Et cela est assez fréquent en télévision. Il est impossible et pas forcément souhaitable d'ailleurs d'expurger toute émotion de l'information, du reportage. Mais il faut qu'il y ait une certaine mesure et que cela serve une réalité.*

*C'est bien la déformation que je réfute, pas la narration .*

*Au plaisir de vous lire à nouveau :)*

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

**CYCERON**

le 22 décembre 2010 - 8:41 &amp;bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK




*Bonjour Karine,*

*c'est cela me^me, le grand détournement marketing... :)*

*Cordialement*

VOUS AIMEZ  0

VOUS N'AIMEZ PAS  0

LUI RÉPONDRE

### GAGANAUSAURE

le 22 décembre 2010 - 10:49 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK




*Je ne demande qu'à apprendre, sauf erreur de ma part, la quête de l'objectivité n'est-elle pas un leurre ?*

*La discussion qui suit cet article montre que l'usage systématique de l'anglais favorise le contre sens et les fantasmes en tous genres : "storytelling" devient en français du jargon de spécialistes.*

*La première des rigueurs quand on s'adresse d'abord à un auditoire francophone n'est-elle pas de lui parler français ?*

*L'anglomania favorise la confusion.*

VOUS AIMEZ  0

VOUS N'AIMEZ PAS  0

LUI RÉPONDRE

### CYCERON

le 22 décembre 2010 - 11:01 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Bonjour Gaganausaure,

*La quête d'objectivité n'est pas un leurre, c'est la prétention à l'objectivité qui l'est :)*

*Cela reste un idéal qu'il faut tâcher d'atteindre, même si c'est impossible. Ce n'est pas parce que la ceinture de sécurité ne garantit pas la survie en cas d'accident qu'il ne faut pas en porter du tout.*


*Pour se faire, il y a des bonnes pratiques : surveiller l'emploi des termes connotés, donner plusieurs points de vue, être mesuré et précautionneux, apporter des faits pour étayer ses arguments. Et garder cette saine lucidité, ce doute permanent sur la justesse de sa propre opinion, qui permet de ne pas mépriser celui qui ne pense pas comme soi.*

*Sur l'usage de l'anglais, je suis d'accord, mais son emploi ici est à dessein : il correspond à une pratique bien particulière portée par des gourous marketing qui innervent d'autres domaines. Et m'énervent un peu aussi :)*

*Le terme n'a pas beaucoup d'importance ceci dit. ce qui m'intéresse, c'est le phénomène que je décris de confusion des genres que j'estime dangereux s'agissant du traitement de l'information. Vulgariser certes, mais sans déformer.*

Cordialement

VOUS AIMEZ  0

VOUS N'AIMEZ PAS  0

LUI RÉPONDRE

### KARINE HALPERN

le 22 décembre 2010 - 13:20 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Bonjour (et j'en reconnais certains ;-)

*OUI, c'est exactement la réflexion qu'il faut avoir pour mettre en place les métiers, les outils, les systèmes qui vont nous faire devenir des praticiens du transmedia. Ce n'est pas à la pub de nous dire ce qu'il faut faire, c'est une réflexion commune, collaborative qui d'ailleurs a toute sa place ici. Inclue les créateurs. Pas de créateurs = pas de pub = pas d'argent !*

*Pour le mot "storytelling", le mot récit me semble très bien. Je prends.*

*Pour le mot "webdoc" je suis en train de militer pour le remplacer par "documentaire transmedia". J'étais partie sur "doc. interactif" mais Anita Ondine vient de me proposer "doc. transmedia", je prends.*

*Pour le mot "narration" : il me fait plus penser à la façon dont le récit va s'exécuter. Il implique la personne ou le personnage qui fait déroulement le récit.*

*Pour le mot "marketing" : je le laisserai tel quel car j'ai toujours fait la différence entre "promotion" et "marketing". Par ex. "promotion" peut être une seule affiche, alors que "marketing" fait plutôt référence au montage financier d'une opération. Mais là je laisse et j'invite les experts qui sont dans cet Owni ici présent...*

*Je reprends ce texte pour le copier dans le groupe Transmedia PACA où nous commençons à nous organiser et un WIKI a été créé :*

*<http://fr.wikipedia.org/wiki/Transmedia>*

*"Welcome to the wonderful land of transmedia storytelling and experience". Rien de plus que une recherche avec sérieux et humour.*

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

**FOCALIX**

le 22 décembre 2010 - 14:33 &amp;bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*En bonne francophonie, racontage, avec sa connotation péjorative, me paraît approprié*

*Un conteur est quelqu'un que l'on écoute avec plaisir.*

*Un raconteur est quelqu'un qui nous pompe l'air avec ses salades.*

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

**FLAMENT**

le 22 décembre 2010 - 15:00 &amp;bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*Donc finalement, le problème n'est pas le storytelling mais bien les pièges dans lesquels les journalistes ont été tentés de plonger depuis la création des médias: déformation de la vérité, absence de recoupement,... Le titre de cet article tombe d'ailleurs dans les mêmes travers de dichotomisation. Mais Gérald a raison... Avant Gérard Holtz, il y a eu Antoine Blondin.*

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

**ROLAND**

le 22 décembre 2010 - 15:15 &amp;bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*...il y a une obligation de moyens : l'honnêteté intellectuelle, la rigueur dans le recueil des données, la confrontation des points de vue, la prudence dans la présentation des informations...*

*Cela fait beaucoup de moyens requis propres à des individus exceptionnels – je dirais à des esprits quasi scientifiques... Sans soulever à fond le problème du point de vue... Qu'on soit sujet ou observateur ou les deux à la foi... Daltonien ou myope... Reste que toute proposition, description objective d'un fait est toujours d'emblée déjà une interprétation.*

*Et si "les journalistes vont chercher sur le terrain les éléments de réponse qu'ils ont élaboré dans leur bureau", ceux-ci, isolés, montrés comme des fragments d'un discours social deviennent suspects si et seulement si les autres faits, puisés dans le même contexte ne sont jamais montrés. La complexité infinie d'un contexte social lourd de milliers de paramètres – psychologiques, culturels, linguistiques, économiques, environnementaux, historiques, etc., ne saurait être décrite en vue d'une action que de manière fragmentaire... Sinon, relisons Balzac, Dos Passos ou Zola... Ce n'est pas ici – disons à la télévision – une question de méthode, mais de choix... Idéologique... Et pour ce qu'il en va des Weltanschauung...*

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

**SÉBASTIEN DURAND**

le 22 décembre 2010 - 23:58 &amp;bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*Ainsi que l'ont signalé certains commentateurs ici, à nouveau mot vieux concept : le storytelling a toujours servi à mettre en récit des messages à faire passer. Le marketing – pas plus que la politique – ne se construit pas en dehors de la société : on peut faire sans histoires mais c'est tellement mieux avec. Ce n'est pas insulter l'intelligence de son public que de construire un récit dont il devient le "narrataire" actif. Comme toujours, ce qui compte c'est moins la méthode (ici le storytelling) que le but suivi. Quant au journaliste, s'il utilise la narration pour rendre un sujet intelligible, pour ouvrir un dossier, c'est non seulement efficace mais en plus utile. Alors que s'il raconte une histoire pour "raconter des histoires", il en va tout autrement...*

*J'utilise le storytelling avec mes clients (en marketing et communication) mais je le décrypte aussi sur mon blog (lestorytelling.com) précisément parce qu'avancer masqué n'est profitable pour personne.*



VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

**ZORG**

le 23 décembre 2010 - 1:07 &amp;bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*Le storytelling mériterait bien plus que ce petit papier, une série d'articles serait opportun.*

*Pour ceux qui sont intéressés par le sujet et qui ne le connaîtraient pas il y a le livre de Christian Salmon, Storytelling, qui est intéressant factuellement, bien qu'un peu creux en terme de concepts.*

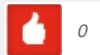
*Il y décrit largement le storytelling politique et la coupable complaisance de nombreux médias face au storytelling politique (guerres en Irak par ex., sujets directement fabriqués par l'exécutif, etc.).*

*A titre personnel, et en réponse au premier commentaire dont le cynisme me dégoûte, je n'ai pas envie de faire dans la nuance sur ce sujet.*

*Je pense que le storytelling politique et médiatique ronge notre société comme un cancer en abêtissant les masses à longueur de journées sur toutes les chaînes et dans tous les médias (je mets de côté le storytelling des grandes entreprises qui me gêne un peu moins moralement).*

*L'émotion est en train de tuer la raison et on a vraiment du souci à se faire. Il est plus que temps de se souvenir de la fameuse "peste émotionnelle" décrite par W. Reich.*

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

**GERALD HOLUBOWICZ**

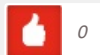
le 23 décembre 2010 - 2:22 &amp;bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*@zorg euh doucement tout de meme... il n'y a pas une chose dans ce premier commentaire qui ne soit fausse, encore moins motivée par un cynisme froid.*

*On peut discuter de l'usage opportun du récit dans la sphère politique, religieuse ou médiatique, comme d'ailleurs culturelle, mais la pureté idéologique dont certains font preuve a ce sujet m'effraie franchement, un peu de balance, d'équilibre ou de pondération ne ferai pas de mal. Après tout, on ne parle que de "storytelling", pas de quoi deverser son dégoût... Je veux bien en débattre, mais calmement.*

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

**GAGANAUSAURE**

le 23 décembre 2010 - 10:52 &amp;bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



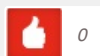
*Pour Cyceron.*

*Une petite distraction à fait que ma réponse s'est envolée dans l'éther, j'ai eu droit à l'erreur 404. J'en parle pour dire qu'OWNI devrait être charitable avec les étourdis et, en cas d'oubli d'adresse permettre un retour sur le texte déjà écrit...*

*Je suis d'accord avec vous, la rigueur est une nécessité mais je ne peux pas vous suivre complètement quand vous dites "le terme n'a pas beaucoup d'importance"*

*Le mot, en tant que signe véhicule une représentation mentale, une image fortement personnalisée et donc très souvent approximative dès lors que ce mot n'est pas utilisé de façon régulière pour des raisons professionnelles par exemple. Je crois qu'il y a une vigilance à avoir de ce côté là mais je reconnais que c'est difficile. J'ai utilisé le mot "image" et il faut toute une bibliothèque pour le cerner. ^\_^*

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

**CYCERON**

le 23 décembre 2010 - 11:10 &amp;bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*@Gaganausaure,*

*Toutes mes condoléances, c'est vraiment rageant de perdre sa prose. Je n'y puis grand chose, n'étant qu'invité sur ce blog collaboratif.*

Je ne sais comment activer cette fonction de "cache" des commentaires, mais Nicolas si tu nous lis, ce serait en effet pas idiot.

Pour éviter ce désagrément je copie mes textes avant d'appuyer sur le bouton, car après un trop grand laps de temps, la session utilisateur sur le site se ferme et c'est là qu'on perd son labeur.

Sur le fond je vous donne raison. Oui "les mots sont des pistolets chargés" comme disait Brice Parain. Mais il y a avec ces nouveaux termes une partie purement projective. Chacun y voit des choses différentes (idem "personal branding") selon sa culture, ses intérêts, sa conformation d'esprit. C'est pourquoi, indépendamment du lexique, je m'attache aux idées.

C'était là mon propos, mais naturellement les mots ne sont pas neutres et leur usage nécessite la plus grande prudence surtout quand on prétend à une certaine neutralité de traitement (ce qui n'est pas mon cas sur ce blog, puisque je donne très clairement mon opinion partielle et partielle) :)

Bien cordialement

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

## ZORG

le 23 décembre 2010 - 12:26 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



@Gerald :

Je vous cite :

"Si l'emotion attire le public a l'information, pourquoi s'en priver"

Si ce n'est pas du cynisme...

Les journalistes ont une mission essentielle dans nos sociétés, d'ou les privilèges dont ils jouissent (clause de conscience, secret relatif des sources, etc.). Ils ne sont pas de purs marchands, et ils ont donc des obligations à respecter en contrepartie. Il est devenu impossible de regarder un JT aujourd'hui que ce soit sur TF1, FR2 ou les chaines spécialisés (hormis Euronews qui respecte encore son métier), le reste, c'est : des chiens écrasés, des faits divers, du local, du sport, des histoires (ex. Les mineurs chiliens, etc)

Les politiques font encore pire en matière de storytelling mais c'est aux journalistes de contrer ces dérives.

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

## TUEURSNET

le 23 décembre 2010 - 13:16 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Le sapin d'Abraham

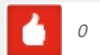
Tout a commencé avec Abraham... et tout a pris fin avec Kafka...

C'est absurde d'y croire... mais c'est aussi absurde de ne pas y croire.

C'est ça la Foi... Aller jusque là et bien au-delà... sans jamais être ni sûr, ni certain...

<http://www.tueursnet.com/index.php?journal=Abraham>

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

## KARINE HALPERN

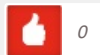
le 23 décembre 2010 - 13:21 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



<http://story-playing.com/>

;-)

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE



**PEDRO SANCT**

le 25 décembre 2010 - 0:05 &amp;bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Mais avec quels schémas réfléchissez vous? Si cela vous arrange de faire figurer les journalistes avec de tels clichés. Bien mal vous en fasse!  
Je m'attendais de votre part a un peu plus de détermination ,de sérieux, de relativisme.. Vous média moderne, rapide alternatif etc.. sensé représenter le nouveau journalisme. Avec des "phrases comme "vas y coco fais nous ..des larmes" quelle connerie! Avez vous déjà mis les pieds dans une rédaction "traditionnelle" par opposition a ce que vous êtes supposé être?Aucun discernement dans les propos que vous rapportez du livre cité. Non vous foncez et enfoncez des portes déjà ouvertes depuis 20 ans! Si cela peut justifier votre existence et croire que ça peut renforcer votre crédibilité.tapis pour vous. J'ai bientôt 28 ans de métier et ai vécu le salariat , la presse écrite, les piges, les cdd, la tv privée comme TF1; la PQR et radio france puis le freelance à l'étranger pour enfin atterir dans la tv publique.jamais cette phrase n'a été prononcée devant moi, ni aucun ordre afin de "coller " à ces soi-disantes Story telling qui "font vendre" du sentiment.... Un manque de légitimité non assumé ..? peut etre. Frustrés de ne pas être à la hauteur de la capacité des journalistes -dans leur grande majorité- à être à la hauteur de leur charte et de leur fonction sociale..? j'espère pas pour vous.

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

**GERALD HOLUBOWICZ**

le 25 décembre 2010 - 2:05 &amp;bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



@pedro sanct Merci, tous les mots que je voulais dire... pas mieux! Suis decu, j'avais mis un com' en reponse a Zorg, il est pas passe... une raison OWNI?

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

**CYCERON**

le 29 décembre 2010 - 13:17 &amp;bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



@pedro sanct

Le "écoute coco" était une exagération, j'en conviens, destinée à en soulever une autre qui est bien réelle : la construction préalable. J'ai été journaliste radio et ce que je décris, je l'ai fait. Faute de temps, faute de compétence aussi (un généraliste a-t-il légitimité pour traiter tous les sujets?) on produit des récits bien lisses pour tenir 1 mn30 et répondre à des questions complexes inaccessibles en ces formats.

Je n'invente rien en effet et ces débats anciens comme vous le soulignez sont toujours d'actualité. Je dirais même plus que jamais compte tenu de la compétition autour de l'attention.

Mais tous les journalistes ne se valent pas, ni toutes les rédactions. Si vous-mêmes vous sentez loin de ces pratiques, c'est sans doute que vous êtes l'exception. Ne me dites pas que cela n'existe pas chez TF1, je ne vous croirai pas cependant. J'y ai quelques connaissances qui confirment plutôt deux fois qu'une ces pratiques.

Le processus ne fonctionne pas par imposition (pas sur ordres). ce sont les journalistes eux-mêmes qui sont conduits, par la force des choses, à scénariser, formater, réduire l'information.

Je mets juste un bémol à l'usage très tendance de ce terme de "story-telling" s'agissant de l'information. je n'ai pas d'autre prétention, ni frustration :)

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

**MARTIN**

le 14 juillet 2011 - 0:21 &amp;bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



On n'échappe pas à sa culture, son éducation, son environnement qui forgent des constructions mentales!!

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

## STÉPHANE DANGEL

le 11 mai 2012 - 10:48 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*Effectivement, il faut distinguer le mot récit, du mot fiction. Influencés sans doute par des écrits tels que ceux de Christian Salmon, beaucoup d'auteurs d'articles sur le storytelling simplifient les choses de manière excessive, ce qui les amènent à délivrer une... fiction du storytelling.*

*A lire aussi : Les dépossédés, de Robert McLiam Wilson. Un écrivain qui fait un travail de journalisme narratif sur l'Angleterre du Thatcherisme.*

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

### 3 pings

LSDI : La cultura dell' emozione a tutti i costi deforma l' informazione le 28 décembre 2010 - 11:59

*[...] Owni.fr introduit l' analyse de Cyrille Frank (Le story-telling contre l' information), che [...]*

Le storytelling instrumental | STORYTELLING le 13 juin 2011 - 10:34

*[...] OWNI nous explique en reproduisant en fait un article de Cyrille Frank aka Cycleron : le storytelling est un habillage, la construction préfabriquée de scénarios décidés en salles de rédaction, la fabrication de la réalité pour répondre à un impératif de vitesse et de rentabilité. [...]*

Les techniques secrètes de l'engagement sur internet | La psyché du web social | Ronan Boussicaud le 10 mai 2012 - 10:18

*[...] des médias sociaux, vous n'avez pas pu passer à côté de la notion d'engagement (même si le storytelling a plus la côte depuis quelque temps). Escomptée par les marques, démocratisée par les [...]*