

Titre : le grand oublié

Souvent, en rédigeant un papier, le rédacteur de presse locale chrétienne inscrit l'intitulé de son sujet en haut de son document de travail. À la fin de la rédaction, il se relit, corrige des fautes, récrit certaines parties. Il est cependant assez rare qu'il revienne sur le titre. Ce sera pourtant l'élément le plus lu de son article.

Combien de fois en relisant les épreuves d'un journal, le secrétaire de rédaction n'a-t-il pas la surprise de découvrir un bon article sous un titre vague et peu engageant... un article qu'il n'aurait peut-être pas lu si ce n'était son métier de le faire. Il s'empresse alors généralement de récrire le titre. En fonction du sujet et de l'intérêt qu'il veut éveiller chez le lecteur, il va faire appel principalement à l'une ou l'autre des deux fonctions d'un titre : la fonction informative et la fonction incitative.

La fonction informative

Le titre annonce le sujet de l'article : le lecteur ne doit pas attendre le milieu de la première colonne pour savoir de quoi il traite. Tout l'habillage ⁽¹⁾ a d'ailleurs pour but premier de permettre au lecteur de choisir de lire un article... ou pas. Imaginons un rédacteur qui écrit un papier dans lequel il évoque l'ouverture d'une boutique solidaire du Secours catholique. S'il titre uniquement « Secours catholique » ou « Nouvelles du Secours catholique », il ne remplit pas exactement cette première fonction du titre. En effet, il ne donne pas de manière assez précise le sujet et le lecteur peut difficilement décider s'il a envie d'aller plus loin dans sa lecture ou pas. Il vaudra mieux titrer, par exemple, tout simplement : « Le Secours catholique lance une boutique solidaire. »

Aller à l'essentiel

Un titre purement informatif s'efforcera de répondre aux questions qui ? et quoi ?

- Il doit être clair, concret et concis ;
- Utiliser des mots forts plutôt que des signes de ponctuation ;
- Dans la plupart des cas, éviter les tournures passives, négatives, interrogatives ;
- Bannir les mots abstraits ou peu usuels. Un titre doit être immédiatement compréhensible par tous ;
- Condenser en évitant les adjectifs et adverbes, les redondances, les informations non essentielles.

Si vous n'arrivez pas à trouver votre titre, demandez-vous si votre sujet est bien clair et bien circonscrit.

A noter : pour alléger le titre d'une partie de sa fonction informative, on peut faire appel à un surtitre. Par exemple, si l'on reprend l'exemple précédent, on peut titrer ainsi :

Surtitre : Secours catholique.

Titre : Faire dialoguer commerce et solidarité.

La fonction incitative

C'est la seconde fonction du titre. On l'appelle parfois la fonction apéritive. Il s'agit de mettre en haleine le lecteur éventuel. On peut l'interpeller en le faisant rire, en l'étonnant, voire en le déstabilisant légèrement, ou en créant une connivence à l'aide de références culturelles communes.

On peut jouer :

- Sur le choc des mots :
« L'Église est menacée de devenir une sous-culture » (Mgr Rouet dans Le Monde).

- Sur l'exploitation d'un chant lexical :

Aux JMJ de Cologne, Benoît XVI ayant parlé de fission nucléaire pour évoquer l'amour de Dieu, un journal avait pu titrer sur cet événement : « La bombe atomique de l'amour ».

- Sur la curiosité :

« Les crampons dans la sacristie »

Pour parler par exemple d'un prêtre passionné de rugby au moment du mondial.

- Sur des références culturelles que l'on détourne :

« La Bonne Mère du pays de Gex » (à propos de Notre-Dame de la Garde de Vesancy).

- Sur des paradoxes.

- Sur des jeux de mots.

C'est une source infinie de clins d'œil au lecteur.

Trouver des titres incitatifs passe souvent par un bon brainstorming pendant lequel on va partir du sujet pour trouver toutes les associations d'idées possibles. Peu à peu des titres vont surgir – plus ou moins bons... il ne faut pas s'empêcher de dire tout ce qui passe par la tête – et le groupe fera le tri. Il ne faut pas hésiter à se livrer à ce genre d'exercices en comité de rédaction. C'est très amusant à faire. Parfois même, cela termine en franche rigolade.

Soigner la titraille d'un journal paroissial a une incidence non négligeable sur l'image de la communauté chrétienne qui l'édite. Bien travaillés, vos titres peuvent en effet véhiculer beaucoup de valeurs positives telles que le dynamisme, la joie, l'humour, le courage et – pourquoi pas ? – l'espérance.

⁽¹⁾ Accroches, chapeaux, exergues, titres, intertitres.