

## 3 règles d'or pour une interview réussie

### Le message principal

L'avoir bien clairement à l'esprit.

### La règle des 20 secondes

Savoir présenter le message en 20 secondes.

### La transition

Maîtriser l'art de faire passer son message, peu importe les questions du journaliste ou de la journaliste.



### Les journalistes— des chasseurs de citations !

Pour bien faire passer votre message, il est très important que vous fassiez de bonnes déclarations, car le journaliste ou la journaliste vous citera à coup sûr.

## Pour mieux faire passer vos déclarations

- ▶▶ Observez la règle des 20 secondes.
- ▶▶ Utilisez un langage coloré.
- ▶▶ Faites des déclarations qui se tiennent (phrases complètes).
- ▶▶ Exprimez-vous de façon aussi précise que possible. Évitez de généraliser. (Donnez des exemples précis qui captent l'attention.)
- ▶▶ Expliquez aux gens comment la nouvelle les touche.
- ▶▶ Osez exprimer des sentiments, s'il y a lieu, mais demeurez toujours calme et au-dessus de la situation.
- ▶▶ Évitez le jargon ; parlez un langage correct mais simple.
- ▶▶ Utilisez des analogies.
- ▶▶ Annoncez vos déclarations : « Ce que je vais vous dire pourrait vous étonner... », etc.
- ▶▶ À la radio ou à la télé, demandez, si vous le pouvez, des interviews en direct plutôt qu'enregistrées.

Petite mise en garde cependant : Faire un coup d'éclat vous assurera d'être cité, mais votre crédibilité pourrait s'en trouver diminuée. Pensez donc toujours aux conséquences que pourraient avoir vos paroles.

## pour bien vous préparez à une interview

- ▶▶ Posez des questions au journaliste ou à la journaliste. Demandez-lui son nom et celui du média qu'il ou elle représente ; les sujets qu'il ou elle veut aborder avec vous ; les autres médias avec lesquels il ou elle partage la nouvelle ; le délai imposé et le genre d'interview (en direct ou enregistrée).
- ▶▶ Déterminez si vous êtes la personne la mieux placée pour faire l'interview. Sinon, dites-le au journaliste ou à la journaliste et offrez-vous de l'aider à trouver la personne appropriée.
- ▶▶ Offrez au journaliste ou à la journaliste des documents explicatifs ou tout autre renseignement qui lui permettront de bien vous comprendre.
- ▶▶ Si vous avez besoin de plus de temps pour vous préparer avant de lui parler, demandez-lui de vous rencontrer ou de vous rappeler plus tard et respectez votre engagement.
- ▶▶ Assemblez les faits et déterminez vos idées principales. Pensez à des façons efficaces de les faire passer : déclarations intéressantes, analogies, etc. Prévoyez les questions qu'on pourrait poser et préparez d'avance vos réponses.
- ▶▶ Avec l'aide d'un collègue ou d'une collègue, exercez-vous à répondre aux questions les plus difficiles qui pourraient surgir. Faites l'exercice à haute voix.
- ▶▶ Si vous avez le choix, faites l'interview en direct ; ainsi, votre message passera mieux puisqu'on ne vous « coupera » pas comme cela se fait parfois avec les enregistrements.
- ▶▶ Retenez les règles d'or : résumer le message principal en 20 secondes et faire la transition (revenir à son propre message).



## les 10 commandements pour bien communiquer avec les médias

- 1 Comprenez bien le fonctionnement des médias.
- 2 Retournez les appels du journaliste ou de la journaliste dès que possibles et montrez-vous conciliante ou conciliant.
- 3 Faites acte de politesse. N'argumentez pas.
- 4 Ne mentez jamais.
- 5 Évitez de faire obstacle ou de dire « sans commentaire ». Si vous n'êtes pas en mesure de répondre, expliquez-vous.
- 6 Évitez de répéter les points négatifs.
- 7 Observez la règle des 20 secondes et parlez de sorte qu'on puisse vous citer.
- 8 Ne dit pas des choses que vous ne voudriez pas voir publiées.
- 9 Évitez de tomber dans le piège des questions hypothétiques ou fondées sur de fausses prémisses.
- 10 Sachez faire la transition pour renforcer votre message.



Un projet des organisations de la profession  
enseignante du Canada atlantique  
Nos sincères remerciements à New Brunswick Teachers' Association  
pour la permission d'employer cette publication.



Prince Edward Island  
Teachers' Federation



## les médias... un avantage

Conseils pour  
vous aider à  
mieux  
comprendre  
comment  
fonctionnent les  
médias et à en  
profiter  
pleinement.



## les médias... puissants alliés ou redoutables ennemis ?



Cela peut vous avantager grandement de comprendre le fonctionnement des médias et d'observer certaines règles pour les aborder. Les médias sont en mesure de publier de bons articles qui valoriseront votre profession, votre école ou votre association au niveau local ; ils peuvent aussi vous servir de forum pour exprimer vos idées.

Si vous savez répondre aux journalistes, cela peut aussi vous aider à surmonter une crise et rétablir plus rapidement une situation. Bien sûr, communiquer avec les médias comporte certains risques, mais ce sont le plus souvent les avantages que l'on en retire qui l'emportent.

La règle d'or de la bonne communication avec les médias est d'être bien préparé et le plus direct et honnête possible. Vous pouvez utiliser les médias à votre AVANTAGE pour augmenter vos chances de succès.



Vous devez comprendre que les journalistes sont fortement contraints par le temps et l'espace ; malgré cela, la plupart d'entre eux présentent la nouvelle du jour de manière compétente, exacte et attrayante. Contrairement à ce que croient certaines personnes, les journalistes ne sont pas des prédateurs capables de nous dépecer pour le plaisir d'écrire une nouvelle à sensation. Ils sont, comme nous, honnêtes, dévoués et bien intentionnés. Quand ils nous appellent, ils cherchent tout simplement à obtenir des renseignements intéressants. Et cela, il leur en faut tous les jours !



Apprenez à comprendre les journalistes et à leur parler ; vous en retirerez de nombreux articles qui feront connaître votre association au niveau local, votre école et votre profession. Autre atout qui peut être plus important encore : agissez comme porte-parole auprès des médias. Si vous voulez influencer sur les politiques qui régissent votre profession, participez aux débats publics, acceptez de parler aux journalistes et partagez votre point de vue.

Votre rôle face aux médias pourrait se résumer ainsi : prendre les devants et déclencher la nouvelle. Les médias deviennent alors non plus un obstacle, mais un moyen de faire valoir vos idées.

## tisser des liens avec les médias

Le respect mutuel est ce fil avec lequel se tissent les bonnes relations. Et comme dans toute bonne chose, cela exige du temps et des efforts, mais qui se traduiront par une bonne visibilité.

### Pour tisser de bons liens :

1. Identifiez les personnes clés avec lesquelles vous communiquerez ; cela comprend les journalistes et les reporters locaux qui font des entrevues et des tribunes radiophoniques.
2. Rencontrez-les.
3. Informez-les. Les bons journalistes vont s'informer, mais vous aurez à informer ceux qui le font moins bien. Montrez-leur que vous êtes humain et partagez avec eux vos idées sur des questions qui touchent votre association locale ou votre école.
4. Offrez vos services en tant que personne-ressource : exprimez vos idées et acceptez de participer à des interviews portant sur votre domaine d'expertise.
5. N'insistez pas auprès des journalistes et évitez de les importuner pour qu'ils publient un article qu'ils ne jugent pas intéressant.
6. Faites publier le moins possible d'articles de justification ; ce genre d'articles — tout comme le fait d'insister — est mal perçu et vous discrédite.
7. Évitez de demander à un journaliste ou à une journaliste de taire une nouvelle ; cela équivaut à lui demander de trahir sa confiance. Le plus souvent, cela ne mène nulle part et crée des ressentiments. (Mais une telle demande se justifie si vous avez une raison légitime, et il convient alors de vous expliquer.)
8. Pour communiquer avec les médias, observez les dix commandements proposés plus loin.

L'impartialité et l'exactitude de votre nouvelle relèvent de vous autant que du journaliste ou de la journaliste.

## publier sa nouvelle dans les médias

Deux règles d'or :

1. La nouvelle doit être légitime - la qualité principale qui fait qu'un média s'y intéresse.
2. La nouvelle doit être présentée aux médias de manière à paraître légitime (sous la forme d'un communiqué ou par téléphone qui énonce clairement la raison d'être de la nouvelle).

## comment définir ce qui mérite d'être publié ?

Il arrive parfois que même des journalistes d'expérience ne s'entendent pas sur cette question. Cela explique pourquoi un média traite d'un sujet alors qu'un autre n'en dit rien du tout. Bien sûr, la subjectivité entre en ligne de compte, mais certains critères pourraient vous aider à y voir clair. Examinez aussi objectivement que possible votre nouvelle potentielle et demandez-vous qui elle pourrait intéresser. La réponse vous en dira long. De plus, examinez votre nouvelle à la lumière des critères suivants :

- » La pertinence—Qui la nouvelle concerne-t-elle ?
- » L'importance actuelle—Est-elle liée à l'actualité ?
- » La valeur au plan humain—Fait-elle appel aux sentiments ? A-t-elle une signification pour la plupart des gens ?
- » L'intérêt sur le plan divertissement —Répond-elle à des questions qu'on pourrait se poser ? À la lecture de l'article, pourrions-nous exclamer : « Oh ! Vraiment ? »
- » La valeur en tant que sujet de controverse—Suscite-t-elle l'opinion de la plupart des gens ?
- » La valeur quant à l'évocation d'un conflit—Une personne seule contre son employeur, un camp contre l'autre, etc.

Lorsque vous avez des doutes par rapport au mérite de votre nouvelle, demandez l'opinion d'un journaliste ou d'une journaliste ou même de plusieurs.