

## **FICHES PRATIQUES**

### **Comment utiliser les fiches ?**

Ces fiches ont été réalisées de manière à être utilisées en autonomie et de façon parfaitement indépendante. Vous pouvez choisir de les lire toutes et de faire les petits exercices et tests proposés ou de ne sélectionner que celles qui correspondent à une question que vous vous posez. Ainsi, cette partie de l'ouvrage constitue une véritable « boîte à outils » dans laquelle vous pourrez venir puiser les ressources adaptées aux difficultés que vous rencontrez.

Elles sont toutes présentées sur le même modèle et comportent un petit encadré (*En résumé !*) qui reprend le ou les points absolument essentiels. Pour ceux qui souhaitent aller plus loin, des ouvrages spécialisés sont mentionnés dans un bon nombre de fiches.

## **Comprendre les documents**

Fiche 1 : Décrypter les gros titres de la presse

Fiche 2 : Analyser un article de presse anglo-saxonne

Fiche 3 : Décrypter des données chiffrées

Fiche 4 : Analyser un dessin de presse

Fiche 5 : Analyser un document littéraire

Fiche 6 : Analyser une photographie

Fiche 7 : Distinguer l'essentiel de l'accessoire

Fiche 8 : Hiérarchiser les documents

Fiche 9 : Deviner le sens des mots inconnus

Fiche 10 : Acquérir du vocabulaire

Fiche 11 : Acquérir des repères culturels

## Fiche I : Décrypter les gros titres de la presse

Les gros titres (headings) de la presse anglo-saxonne laissent souvent les lecteurs francophones perplexes. Ils sont parfois énigmatiques et fourmillent de jeux de mots que les anglais apprécient particulièrement.

On dit souvent que les britanniques lisent la presse pour comprendre les jeux de mots des gros titres alors que les français peuvent se contenter de lire les gros titres de leurs journaux pour être informés de l'actualité. C'est peut-être une des raisons pour lesquelles les anglais sont de plus gros consommateurs de presse écrite que les français !

Ainsi, comparez ces deux titres ayant trait au même événement : l'enterrement du dirigeant nord-coréen :

**Mystery Theatre**

*The Economist*, Dec. 22, 2011

**Grandioses funérailles pour Kim Jong-il**

*Le Monde*, 28 décembre 2011

Le gros titre français est tout à fait explicite, alors que son équivalent britannique ménage ses effets.

Fort heureusement, la tendance générale de la presse anglo-saxonne va vers une formulation plus explicite et bon nombre de gros titres sont tout à fait compréhensibles.

On sera cependant mieux à même de comprendre les titres de la presse anglo-saxonne si l'on en connaît les principales caractéristiques.

1. Bien souvent (mais ce n'est pas une règle absolue) tous les mots prennent une majuscule dans les titres anglais sauf les mots « grammaticaux » c'est-à-dire essentiellement les mots de liaison et les auxiliaires.

**Farewell to Havel in Prague**

*The New York Times*, Dec. 28, 2011

Ceci a pour fâcheuse conséquence de ne pas vous permettre de reconnaître un nom propre du premier coup d'œil (dans cet exemple, il s'agit bien d'un nom propre : celui de Vaclav Havel, L'homme d'état tchèque). Soyez vigilant !

**The Worst Fall from Grace**

*Newsweek*, Dec. 2011

Dans ce cas Grace n'est pas un nom propre, mais bien un nom commun.

2. Les titres sont très souvent elliptiques c'est-à-dire que certains mots sont omis (notamment 'A' et 'The' ainsi que les auxiliaires).

**Woman, 19, found stabbed to death at house** *The Telegraph*, Dec. 28, 2011

3. Le passif est largement utilisé, sans que le complément d'agent soit toujours mentionné.

**2 Aid Workers Shot in Somalia** *TIME*, Dec. 2011

4. La forme en -ing est très courante.

**Giving Yemen a Chance** *The New York Times*, Dec. 28, 2011

**Getting it Right** *The New York Times*, Dec. 28, 2011

5. La structure BE TO (qui indique que quelque chose est prévu, programmé, planifié comme dans 'I am to take the five o'clock train' = Je dois prendre le train de cinq heures) est très fréquente et BE est souvent omis.

**Prime Minister to visit Germany next week** (= The Prime Minister is to visit Germany next week = Le premier Ministre doit se rendre en Allemagne la semaine prochaine).

**Test tube hamburger to be served in March** *Telegraph*, February 2012

6. On trouve régulièrement dans les gros titres le terme vs (ou simplement v) qui signifie versus, c'est-à-dire contre. Il ne s'emploie pas uniquement lors de procès dans un contexte juridique mais pour tout type de confrontation.

**The Next Roe vs Wade** *Newsweek*, Dec. 2011

**En résumé !**

Ne vous focalisez pas sur les gros titres : les sous-titres sont souvent plus explicites.

## Fiche 2 : Analyser un article de presse anglo-saxonne

L'article de presse aborde des faits de société et répond à de multiples objectifs : informer, analyser, commenter, susciter la réflexion, ou même provoquer une réaction.

Il existe de nombreux types d'articles : récit, brève, reportage, éditorial, tribune libre, billet d'humeur, filet, courrier des lecteurs, chronique, interview, portrait, analyse, papier d'expert, revue de presse, fait divers etc. Pour simplifier, les articles peuvent être classés en fonction de leur dominante : information (description de faits, le journaliste tente d'être objectif) ou opinion (prise de position, le journaliste s'engage et cherche à convaincre).

Les sources utilisées pour la rédaction d'un article peuvent être très diverses également : sources directes (enquête de terrain, interview, reportage) ou indirectes (article d'autres journaux ou publication, ressource en ligne, dépêche d'agences de presse).

Le meilleur moyen de parvenir à une compréhension fine de la presse de langue anglaise consiste à consacrer régulièrement du temps à la lecture de la presse de qualité (*The Economist* et *The Guardian*, par exemple).

Comment analyser un article de presse ?

### I. Avant de lire l'article

Prendre connaissance de la source, du nom du journal (type de presse, pays, penchant politique), de la date (récente ou non, marquante ou non ?), du titre. Si le titre est parfois peu explicite, le sous-titre ou chapeau (lead-in), que vous trouverez juste en dessous du titre, résume souvent l'information principale et vous donnera de précieuses indications. Prenez également en compte les documents iconographiques qui illustrent éventuellement l'article.

## 2. À la lecture de l'article

### A. Rechercher l'information nouvelle

Posez-vous tout d'abord les questions suivantes (les WH-questions) :

<b>Who?</b>	Qui parle et de qui parle-ton ?
<b>What?</b>	Qu'en dit-on ?
<b>Where?</b>	De quel espace géographique s'agit-il ?
<b>When?</b>	Quel est le moment de déroulement des événements ?
<b>How?</b>	Comment cela s'est-il passé ?
<b>Why?</b>	Pourquoi ?

### B. Repérer la structure de l'article

Il existe divers types d'articles : certains ont une structure chronologique (évolution d'une situation avec référence au passé, présent et éventuellement futur. Soyez alors particulièrement attentif aux marqueurs temporels), articles d'analyse de faits ou situations ou encore articles exposant divers points de vue sur un même sujet.

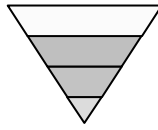
La plupart des premiers paragraphes résument l'information principale et donnent un exemple qui illustre cette idée. Attention, dans la presse anglo-saxonne, les articles débutent souvent par un exemple accrocheur, une anecdote qui n'a d'autre but que de susciter l'intérêt du lecteur. Ne vous arrêtez pas sur cette anecdote et cherchez plus loin l'information principale. Si l'article est bien écrit (ce qui n'est malheureusement pas toujours le cas), chaque paragraphe comporte une nouvelle idée clé que vous devrez trouver (souvent en début de paragraphe), accompagnée d'exemples, et d'illustrations. Le dernier paragraphe vient conclure l'article et peut quelquefois ouvrir le débat ou poser une question.

Au fil de votre lecture, repérez et soulignez, surlignez ou entourez les mots de liaison (yet, however...), les articulations logiques de l'article et les mots clés qui révèlent la structure de l'article.

Les articles de journaux sont souvent écrits selon la technique dite de la pyramide inversée, c'est-à-dire que le message principal se trouve en amont et les détails en aval. En effet, le lecteur commence par lire le haut de l'article et

risque de décrocher si le sujet ne l'intéresse pas, d'où l'intérêt de présenter tout de suite l'information clé.

Information clé →



Observez ce court extrait d'article tiré de *The Economist* du 17.11.2011 :

**Chief expectations officers**

Nov 17th 2011



Nelson Mandela's successor as president of South Africa, Thabo Mbeki, was often asked how he felt stepping into the great man's shoes. Eventually he grew so irritated by the question that he quipped that Mr Mandela wore "such ugly shoes" that he would "never be seen dead" in them.

The new boss of Apple will understand how Mr Mbeki felt. Steve Jobs is a hard act to follow. Apple's co-founder, perhaps the most admired corporate leader in the world, stood down in 2011 some six weeks before his death from cancer.

Tim Cook, his successor, will have a rocky 2012 [...]

Robert Guest: business editor, *The Economist*

Cet article est particulièrement difficile à décrypter pour un néophyte car il ne traite pas le sujet auquel on pourrait s'attendre d'emblée. En effet, il ne s'agit pas d'un article sur l'Afrique du sud ou Nelson Mandela comme pourrait le laisser entendre le premier paragraphe, et encore moins d'un article sur les chaussures, comme l'illustration pourrait également le laisser supposer.

Le titre tout d'abord : 'Chief expectations officers' est relativement peu explicite. Il y a un jeu de mot, une référence à chief executive officer (plus ou moins équivalent à notre P.D.G. français) qui peut vous mettre sur la voie si vous l'avez saisi. Le choix du verbe 'expect' oriente vers le champ lexical de l'attente, de l'espoir, ouvre une perspective.

Le premier paragraphe constitue en fait une accroche du lecteur à travers une comparaison, et insiste sur la difficulté qu'il y a à prendre la succession d'un grand homme (tel que Mandela). L'anglais utilise fréquemment l'image des chaussures (If I were in your shoes = Si j'étais à ta place), lorsque le français parle plutôt de « marcher sur les traces de ».

À la lecture du début du second paragraphe, on comprend enfin que le cœur de l'article est là, il s'agit de mesurer l'ampleur de la tâche qui attend Tim Cook, le successeur de Steve Jobs à la tête du groupe Apple (d'où le 'C.E.O.' du titre). C'est la question qui sera développée tout au long de l'article.

En conclusion, soyez vigilants, gardez l'esprit ouvert et ne privilégiez aucune interprétation tant que vous n'avez pas pris connaissance de tout l'article.

### **3. Comprendre un article en détail**

#### **A. Comprendre un article**

Quel que soit le type d'article, il convient d'être capable de lire également entre les lignes. Le fond et la forme étant indissociables, il faut savoir déceler le ton, éventuellement l'humour, l'ironie (on écrit le contraire de ce qu'on veut faire entendre), le décalage, le deuxième degré, observer la modalité, les partis pris ou encore les figures de style courantes dans la presse (hyperbole = exagération / prétérition = on parle de quelque chose après avoir annoncé qu'on n'en parlerait pas). Si ce travail n'est pas fait, on court le risque d'une mauvaise interprétation, voire d'un contresens ou déviation subjective, surtout si l'on croit bien connaître le thème abordé. Là encore, la fréquentation régulière de la presse de qualité vous permettra de déceler ce qui peut sembler opaque à certains.

#### **B. Comprendre une phrase**

Face à une phrase que l'on ne comprend pas, il suffit souvent d'élaguer. Repérez les éléments essentiels de la phrase, c'est-à-dire le sujet + verbe + complément de la proposition principale et supprimez tout le reste. Reconsidérez cet énoncé plus simple, puis une fois que vous l'aurez compris, réintégrez petit à petit tout ce que vous aviez élagué.

Observez cette phrase tirée du *New York Times* du 29 février 2012 :

*'Despite a fall in gasoline demand in the United States and Europe, global oil markets are tightening because demand for energy from Asian countries, particularly China and India, is rising at surprisingly strong rates even as output is declining from several important producing countries.'*