**Ecrire pour le Web – ce qu’il faut retenir**

Préparé par Joelle Palmieri, novembre 2012

***Les principales règles***

*Avant la rédaction*

1. Demandez-vous qui est votre lecteur

*La rédaction*

A. Accrochez votre lecteur

1. Adressez-vous directement à votre lecteur
2. Adoptez le point de vue du lecteur, et non le vôtre
3. Choisissez un titre évocateur pour le lecteur
4. Formulez les conditions en fonction du lecteur
5. Utilisez la forme interrogative
6. Placez les mots importants au meilleur endroit
7. Respectez le mécanisme de la lecture

B. Choisissez bien vos mots

1. Employez des mots courants
2. Employez des mots concrets
3. Employez toujours le même mot pour la même notion
4. Sigles et abréviations: prudence !

C. Construisez bien vos phrases

1. Évitez les phrases trop longues
2. Préférez une phrase affirmative à une phrase négative
3. Employez de préférence une phrase active
4. La formulation des exceptions: prudence !
5. Faites bon usage des prépositions

D. Faites ressortir la structure de votre texte

1. Classez les idées selon la logique du lecteur
2. Ajoutez des sous-titres
3. Aidez le lecteur par un exemple
4. Si le texte concerne un changement, insistez sur ce qui est différent
5. Donnez un contre-exemple

*Après la rédaction*

1. Relisez le texte à tête reposée
2. Éliminez les mots inutiles

**Spécificité du magazine d’information (papier ou en ligne)**

***Les genres d’articles***

##### **Les brèves**

Une brève, comme son nom l’indique, est courte : environ de 400 à 800 signes.

Elle résume l’essentiel de l’information : Où ? Quand ? Quoi ? Qui ? Comment ? Pourquoi ?

Il faut cependant qu’elle soit compréhensive pour tou-tes, ce qui implique de resituer très brièvement mais clairement le contexte et les acteur-trices.

La brève comporte un titre court, à la fois évocateur et incitatif.

##### **Les articles**

Dans un journal papier, les articles font l’objet d’une calibration, définie tant par le concept éditorial que le concept graphique. Sur support web, il n’y a pas de format imposé pour les articles. Toutefois, l’expérience prouve qu’un article trop volumineux n’est pas lu intégralement. Le minimum se situe à 1 500 signes. Un maximum raisonnable à 10000 signes, 20000 si la matière est abondante.

L’article comporte un titre, court, évocateur et incitatif.

Eventuellement, un sur-titre ou un sous-titre (jamais les deux à la fois) contribue à situer le sujet et/ou le contexte.

Un “chapo” suit le titre. Comportant de 400 à 600 signes environ, il présente le sujet, les enjeux, et la personne ou l’organisation ressource quand il s’agit d’un reportage ou d’un entretien.

Le chapo renseigne et incite : c’est d’après lui qu’on décide de poursuivre, ou non, la lecture.

Des “inters-titres” relancent la lecture, environ tous les 800/1000 signes. Suivant les mêmes critères qu’un titre, ils annoncent l’idée maîtresse des paragraphes qui suivent immédiatement, jusqu’à l’intertitre suivant.

Pour les entretiens sous forme questions/réponses, on porte les questions en gras, les réponses en maigre.

Les interlocuteurs ne sont précisés qu’à la première question. Aux suivantes, la présentation suffit à indiquer à qui appartiennent les propos.

L’article est signé par son auteur-e.

Si elle/il représente un organisme, on peut faire immédiatement suivre la mention de celui-ci après le nom.

Quand il s’agit d’un entretien, on note : Propose recueillis par…

On précise également la date d’écriture de l’article (qui n’est pas toujours celle de la mise en ligne).

***Quelques conseils pour rédiger les articles***

Pour être lu et compris, un article doit être bien structuré, suivre un fil conducteur. Cela n’implique pas qu’il doive être linéaire voire “scolaire” : à l’intérieur de quelques principes de base, l’expression reste totalement libre.

* Définir au préalable un angle et s’y tenir. L’angle pourrait aussi être appelé point de vue : la façon dont on présente le sujet, l’enjeu que l’on veut mettre en valeur.
* Définir un déroulement. Autrement dit : traiter l’information points par points, les premiers devant rendre compréhensibles les suivants. Ou encore, mais cela demande plus d’habileté, poser des “énigmes” qui donneront envie de trouver les réponses dans la suite de l’article.
* Induire l’angle et le déroulement dans le “chapo”, éventuellement en développant dans le premier paragraphe de l’article.
* Situer très clairement dès le départ : le contexte et les acteur-trices.
* Eviter le délayage et condenser au maximum pour une lecture rapide et fluide.
* Eviter de se mettre soi-même en scène ou de livrer ses impressions personnelles en employant le “je”, sauf éventuellement en cas de reportage sur le terrain, ou encore dans le cas d’un article d’humeur, d’une chronique ou d’une tribune.
* Ne rien affirmer qui ne soit étayé par des faits et/ou chiffres, un/des témoignages.
* Quand des précisions ou références sont indispensables mais longues, les passer en notes plutôt que de créer une digression dans l’article.
* Différencier très clairement les propos tenus et opinions émises par des personnes interviewées de ses propres commentaires et analyses.
* Différencier très clairement les citations tirées d’entretiens de celles tirées d’ouvrages ou articles (dont on cite les références en note). Ne jamais tronquer ces dernières et indiquer les coupures par (…). Les citations d’entretiens, en revanche, gagnent le plus souvent à être condensées, en respectant bien sûr la teneur des propos, et le niveau de langage (le style) de la personne.
* Conclure en : rappelant les enjeux et/ou ouvrant des questions, pistes d’analyse.
* Citer ses sources d’information, en faisant des liens s’il s’agit de sites web.
* Sur le web, on peut aussi renvoyer sur des articles complémentaires parus sur le site, en créant des liens.