

Écrire pour Internet

- *Jean-Claude Guyot*
 - Centre d'Études de la Communication (Cecom)
 - COMU-UCL

Les questions ...

- Qui ?
- Pourquoi ?
- Comment ?

Qui ?

- Les clients
- Les partenaires économiques
 - Banquiers
 - Fournisseurs
 - ...
- Les actionnaires
- Les travailleurs (ou les futurs ...)
- Les « *butineurs* »

Pourquoi ?

- Pour agir ...
 - Acheter
 - Jouer
 - Se plaindre
 - Postuler à un emploi
- Pour rechercher de l'information

Comment ?

- Nom
- Moteur de recherche
- Liens

En conclusion

- Publics divers
- Besoins divers
- Accès divers
- Média unique

La quadrature du cercle ?

- Non, c'est la spécificité du média.
- Répondre par la simplicité et l'efficacité
- Investir dans la spécificité du média

Investir dans la spécificité

- Information structurée
- Média consulté par les fonctions de recherche
- Média développe un certain type de relation au temps et à l'espace

Information structurée

- Ne pas laisser fantasmer les graphistes...
- Ni les informaticiens...
- Ce qui compte c'est l'info utile
- En tenant compte de l'image que l'on veut donner

Information structurée

- Textes courts
- Titraillage
- Accroche
- Privilégier l'info
- Textes autonomes



Pour aller plus loin ...

- Quelques recommandations pour la rédaction de contenu web
 - Christian Bastien, maître de conf. Paris V
 - <http://www.lergonome.org>

Lisibilité

- Deux types :
 - Matérielle
 - « lisible / illisible ».
 - Intellectuelle
 - « lisible / inlisible »

Types de lecture

- la lecture «réceptive»
 - proche du comportement d'écoute
- la lecture «réflexive»
- le «parcours»
 - lire rapidement afin d'avoir une idée globale du contenu
- le «balayage»,
 - parcourir le texte afin de savoir si une information est présente ou pour localiser une information dont on sait qu'elle fait partie du texte.

Sur le web ...

▪Majorité de lecture de type balayage

▪

Writing for the Web is very different than writing for print.

*75% of users scan the page instead of reading word-by-word.
Reading from computer screens is 25% slower than from paper.
Web content should have 50% of the word count of its paper equivalent.*

*Written for the web by Jakob Nielsen, distributed and read by
PJ Schrammer, technical editor,
and Jonathan Fox, editor-in-chief, at www.survea.com*

Quelques recommandations

- **1. clair**
- **2. pertinent**
- **3. bref**
 - éliminer les mots superflus,
 - phrases courtes et simples,
 - une idée par paragraphe,
 - sous-titres clairs, explicites et pertinents,

Quelques recommandations

- **4. «balayable» et lisible**
 - mettre l'information importante en début des phrases et les phrases importantes en début de paragraphes,
 - utiliser le terme le plus court possible,
 - éviter les périphrases,
 - utiliser la forme active (et non passive).
- **5. cohérent**
- **6. sans erreurs**
- **7. d'une profondeur limitée**
 - pas plus de 4 niveaux de profondeur

Aider à la recherche

- Menus clairs
- Fonction de recherche
- Bases de données
- Ne pas perturber les démarches de recherche

Relation au temps et à l'espace

- Une information fraîche ...
- Possibilité de communiquer
- Interactivité utile
- Cohérence spatiale

Quelques sites

[Redaction.be](#)
[Internet pour journalistes](#)
[Sun Microsystems](#)

En conclusion

- Indispensable
 - Sinon on n'existe pas

- Dangereux
 - Si on se trompe de choix de communication
 - Si on laisse vieillir l'information