



## Kit Créer son journal lycéen en ligne



# Écrire en ligne

*Y a-t-il une écriture en ligne spécifique ? Il suffit de s'interroger sur la manière dont on lit sur internet pour s'en persuader. Et chacun s'accordera qu'on ne lit pas de la même façon un document selon qu'il est en ligne ou sur papier.*

*Plusieurs études l'ont montré : l'œil préfère de beaucoup les pages aérées, organisées, illustrées, et fuit les grands pavés de textes ou les sites à la présentation brouillonne. L'internaute qui accède pour la première fois à une page web, cherche, par réflexe, mots clés, sous-titres, intertitres et liens qui l'éclaireront rapidement sur le contenu et la richesse du site.*

*En tant que rédacteur, vous aurez donc à combiner si possible quelques astuces de mise en page aux règles habituelles de l'écriture journalistique. Vous prendrez aussi en compte l'interactivité spécifique du journal en ligne.*

### Spécificités de la page internet

La page web n'est pas délimitée comme celle d'un journal papier. L'œil de l'internaute balaie l'ensemble de la page à la recherche de mots clés et se focalise plus spécifiquement sur la partie supérieure gauche (triangle d'or).

Vous devrez par ailleurs définir précisément le nombre de zones (sommaire, navigation, zone titre, liens, albums...) que comportera votre site. L'usage d'encadrés, colorés ou non, pourra faciliter la lecture de votre journal en ligne.

### Ne surchargez pas d'images

L'internaute est à la recherche d'informations. Conséquence : les illustrations sont, contrairement à ce que l'on croit souvent, moins attirantes que les textes sur une page de journal en ligne. Accordez-leur une place raisonnable et, de préférence, légendez vos photos.

### Écriture journalistique : un style direct !

Le lecteur de presse, qu'il soit en ligne ou non, est souvent pressé. Trouver l'information sans perte de temps est une des conditions qui l'amèneront à revenir voir votre site et surtout à ne pas le quitter immédiatement !

Pensez à répondre aux questions fondamentales : Qui ? Quoi ? Quand ? Où ? comment ? Pourquoi ? Cela permettra à vos lecteurs de savoir très vite si l'article les intéresse ou non.

Pour ce qui est du style, optez de préférence pour des phrases courtes, simples, sans propositions subordonnées trop nombreuses. Vous informerez ainsi plus rapidement et plus efficacement. L'accroche de vos articles est également importante.

Un paragraphe devra contenir une idée, un angle défini et il sera préférable qu'il ne dépasse pas trop la taille d'un écran, à savoir environ 20 lignes. Vous pouvez donner des temps de respiration à vos lecteurs en ménageant des blancs entre les paragraphes qui éviteront l'impression d'un texte trop dense, que le lecteur pourrait avoir envie de quitter trop vite.

Dans un journal en ligne, vous pouvez vous permettre un ton plus léger que dans un journal imprimé : n'hésitez pas à jouer de la connivence avec vos lecteurs, à les interpeller. L'interactivité est une caractéristique du journal en ligne : invitez vos lecteurs à réagir.

Certaines rubriques peuvent être clairement destinées à une catégorie de lecteurs : « pour les révoltés », « vous avez envie de sortir le samedi soir ? »

Tous les genres journalistiques classiques ont leur place dans un journal en ligne : éditorial, billet d'humeur, brève, reportage, interview. Pensez aussi à toutes les ressources du multimédia : une vidéo peut être plus parlante qu'un texte, une interview peut être plus agréable à écouter qu'à lire.

### Mettre en relief les textes

Une page web, par définition, n'est pas limitée en taille. Vous pouvez donc vous permettre des textes longs, mais vos lecteurs apprécieront d'être guidés par une organisation en paragraphes clairs.

D'où l'importance de la titraille (titres, sous-titres) et des mots clés que vous essaie- rez de mettre en évidence.



## Écrire en ligne (suite)



Leur fonction est non seulement d'accrocher l'œil du lecteur et de retenir son attention, mais aussi de mieux visualiser les informations proposées.

Pour mettre en relief les titres et intertitres, vous pouvez jouer bien sûr avec la typographie, la taille des caractères, les caractères gras qui les feront apparaître clairement. Evitez de souligner des éléments : cette mise en relief est plutôt réservée aux hyperliens.

Les listes à puces, pour des énumérations, sont une manière très lisible de présenter des informations : pourquoi s'en priver ?

Les polices de caractères sans empattement, type Arial, sont plus lisibles à l'écran. Les caractères italiques sont difficiles à lire lorsqu'ils sont petits.

Vous pouvez aussi choisir de mettre des éléments en couleur mais évitez les couleurs propres aux hyperliens (bleu et grenat lorsque le lien a été visité) : vos lecteurs ont l'habitude de ces codes couleurs et pourraient être induits en erreur. Si le ton de votre journal, sa ligne éditoriale, ne supposent pas une abondance de couleurs, trois dans une page semble être un bon nombre. Évitez également le rouge et le vert.

### **Contextualiser**

En lecture hypertexte, une page web fait disparaître la précédente. Vos lecteurs auront besoin de repères pour se déplacer dans votre journal :

- Des outils de navigation clairs et disponibles sur chaque page : retour à l'accueil, soit par un logo « home », soit par la mention « accueil » ; une rubrique « Qui sommes-nous ? » accessible depuis toutes les pages, statique ; une rubrique « contacts » ; un sommaire du site, toujours visible, qui facilitera la navigation des lecteurs vers les informations qui l'intéressent.
- Indiquez pour chaque article sa date, la rubrique à laquelle il appartient et signez-le bien sûr.

### **L'hypertexte**

Les liens hypertexte caractérisent l'écriture en ligne. Il serait dommage de s'en passer. Ils donnent accès à des compléments d'information, des sources, et imposent de penser une écriture « en profondeur », non linéaire, qui propose plusieurs parcours de lecture, tout en conservant une cohérence à l'ensemble.

Des liens complémentaires peuvent se révéler très pratiques pour traiter un sujet selon un autre angle : placés en bas de l'article, ils pourront ouvrir une autre fenêtre.

Si vous proposez des liens à l'intérieur d'un article, veillez à leur proximité avec le contenu présenté : définition, étude chiffrée complémentaire, biographie, articles de presse, historique... Dans tous les cas, il peut être maladroit de multiplier les liens hypertextes dans le corps d'un article : vos lecteurs avides de « cliquer » pourraient ainsi être incités à la digression !

Présentez les hyperliens de manière standard : soulignés en bleu lorsqu'ils n'ont pas été visités, en grenat lorsqu'ils l'ont été.

Soyez le plus explicite possible dans la caractérisation des liens : une phrase courte ou des mots clés choisis pour que vos lecteurs sachent exactement où il vont arriver et ce qu'il vont trouver. Par exemple : [www.ecrirepourleweb.com](http://www.ecrirepourleweb.com), site pour écrire sur le web. ■