

Écrire pour le Web

Pris dans la toile

par Nicole Turmel

Écrit-on des pages Web comme on rédige des pages imprimées ? Plusieurs prônent une approche différente, spécifiquement Web. Recette pour cette écriture nouveau genre.

Ça y est ! Vous vous doutiez bien que l'araignée vous attirerait un jour dans sa toile, et c'est arrivé. Un client vient de vous demander de rédiger son site Web. Pas de panique, la bête peut être domptée : il suffit d'apprendre à la connaître !

Qu'on écrive pour l'imprimé ou pour le Web, il faut d'abord savoir à qui on s'adresse. « La première contrainte qu'impose le Web, ce sont les habitudes de lecture des internautes », affirme Marie Bélisle, rédactrice chez RGB Technologies.

Lire à l'écran fatiguerait les yeux. On lirait d'ailleurs 25 % plus lentement à l'écran que sur papier, selon Jakob Nielsen, un spécialiste américain du Web et du comportement de l'internaute-lecteur. Cet expert de la lisibilité des pages Web dresse un portrait assez étonnant de l'utilisateur du Web. Il ne lit pas : il scanne les pages ! Il veut être actif et continuellement cliquer sur quelque chose. Il déteste dérouler de longues pages à l'écran. Les textes pompeux ou trop vendeurs lui déplaisent souverainement. Impatient, il veut obtenir rapidement l'information qu'il cherche.

Naviguer avec des œillères

Comment satisfaire un tel lecteur ? D'abord, en tirant profit des particularités du média. Le Web donne accès à des outils que l'imprimé

n'offre pas : les animations, les sons, les vidéos et, surtout, les hyperliens.

Ces hyperliens relient diverses parties d'une même page, diverses pages d'un même site ou donnent accès à d'autres sites. S'ils sont bien conçus, ils facilitent la navigation. Selon Éric Kavanagh, chercheur en rédaction professionnelle et webmestre de *Rédiger*, la gestion des hyperliens, tout autant que les textes, devrait relever du rédacteur. Cette tâche peut aussi être partagée entre le rédacteur, l'expert de contenu et le concepteur graphique. « Ce qu'il faut éviter, c'est d'en donner la responsabilité à quelqu'un qui est moins au fait du contenu, comme l'informaticien par exemple... », déclare-t-il.

Quand le rédacteur est responsable de la gestion des hyperliens, il doit préparer un plan du contenu et découper le propos à inclure dans le site au moyen d'un organigramme. La navigation hypertextuelle est l'essence même du Web : dans un site bien fait, l'internaute se retrouve facilement. Et ce, même s'il avance toujours à l'aveuglette parce qu'il ne peut voir le site en entier !

Il faut donc constamment fournir des repères au lecteur. Il doit toujours savoir où il se trouve et pouvoir se déplacer facilement. D'autant qu'il peut entrer dans un site à n'importe quelle page, s'il arrive à partir d'une liste de liens d'un autre site, par exemple. « Dans le Web, chaque texte devrait idéalement être autonome et se suffire à lui-même », rappelle Éric Kavanagh.

Mais attention ! Pour garder son lecteur, le rédacteur doit éviter de placer en début de parcours un hyperlien menant à l'extérieur. Si vous avez cliqué sur le lien placé au tout

début de ce texte, vous comprenez pourquoi ! Les liens vers d'autres sites sont souhaitables, car ils contribuent à la crédibilité de celui qui les offre. Mais ils doivent être placés à la fin des pages ou dans une section spécifique.

Par ailleurs, le Web impose certaines stratégies d'écriture. « La page Web n'est pas l'univers du sujet amené. Il faut poser le sujet immédiatement et le diviser le plus rapidement possible », soutient Éric Kavanagh. Les textes expressément rédigés pour le Web sont donc courts : page de garde, page d'accueil, page principale de section se limitent à bien peu de mots. Nielsen affirme même qu'une page Web doit contenir deux fois moins de mots que son équivalent imprimé. Une telle norme ne peut toutefois convenir à un site ou à une partie de site où l'on présente un contenu substantiel. Ainsi, un internaute qui recherche de l'information détaillée sur les trilobites (une sorte de fossile) dans le but d'enrichir un travail universitaire appréciera un texte complet de 20 pages, dans la mesure où sa consultation est facilitée par une mise en pages qui favorise la lecture et l'impression ou par la possibilité de récupérer ce fichier aisément. Qui dit texte Web ne dit donc pas obligatoirement texte court...

Copain-copain avec le lecteur

Nielsen suggère également de mettre en gras ou en couleur des mots importants du texte pour faciliter le balayage et recommande les énumérations verticales, avec des tirets ou de gros points, pour faciliter le repérage de l'information. Il ajoute qu'il faut des titres et sous-titres parfaitement clairs : ils doivent pouvoir être compris hors contexte, comme dans une liste de résultats de recherche. Le spécialiste rappelle qu'il faut s'en tenir à une seule idée par paragraphe et conseille de séparer les textes en petites unités reliées par des hyperliens pour éliminer les pages à dérouler. Enfin, Nielsen préconise le principe

de la pyramide inversée : chaque page commence par un résumé de son contenu livrant rapidement l'essentiel.

Quant au style d'écriture, il varie évidemment selon les types de sites... et les lecteurs ciblés ! Éric Kavanagh relève toutefois un procédé généralement utilisé dans l'écriture pour le Web : la prise à partie. Le texte est rédigé au « vous », l'auteur se fait copain-copain avec le lecteur, entame une sorte de dialogue avec lui. Le Web est un média plus informel que l'imprimé : le rédacteur doit personnaliser son propos.

Il doit aussi savoir guider le lecteur dès son arrivée dans le site. La page d'accueil et la page de garde établissent le premier contact. Elles servent à présenter le site, sa vocation, son contenu et à orienter l'internaute vers les pages intérieures. L'internaute-lecteur qui arrive par la grande porte a alors deux besoins : savoir où il est et quel contenu on lui propose.

La page d'accueil a une grande importance. Elle donne le ton et permet de souhaiter la bienvenue au lecteur. Elle l'informe en lui donnant un aperçu du contenu du site. Cette page constitue d'ailleurs l'un des seuls repères textuels reconnus dans le Web : tous les sites ont une page d'accueil, le terme existe bien, et tout internaute reconnaît d'emblée cette page. C'est généralement à partir de l'analyse qu'il fait de la page d'accueil que l'internaute détecte si un site est fiable.

Une page de garde précède souvent la page d'accueil et permet de l'alléger. Cette page de garde joue alors deux rôles : identifier le site et permettre le tri linguistique. Plusieurs internautes ont toutefois cette page en horreur, car ils considèrent qu'elle n'apporte aucune information sur le contenu et parce qu'elle se charge très lentement à cause des images.

Des problèmes ? Le rédacteur de pages Web éprouve souvent quelques difficultés liées à la gestion des hyperliens ou aux limites typographiques du HTML, un langage de programmation qui, par exemple, n'accepte pas l'espace fine insécable. Selon Éric Kavanagh, le rédacteur n'a pas forcément à apprendre le HTML. Mais il a avantage à se familiariser avec des logiciels comme *FrontPage* ou *Dreamweaver*, qui permettent de bâtir des sites Web sans programmer. Le rédacteur doit aussi passer beaucoup de temps sur la titraille, les boutons de renvoi et la table des matières de la page d'accueil. De plus, il doit rédiger les textes fantômes, invisibles pour l'utilisateur, comme la liste des mots clés pour les moteurs de recherche.

« Parce que le Web n'est pas stable, qu'il n'existe pas de guide de rédaction, on hésite encore à fixer des règles », conclut Éric Kavanagh. Le rédacteur joue un rôle extrêmement important, car il peut faire avancer le genre. Le Web est un outil d'information et de communication : le rédacteur est au carrefour des deux. Prêt à dompter la bête ?

Pour en savoir plus...

Jakob Nielsen

www.useit.com – voir « Alert Box » et les nombreux liens vers d'autres sites

RGB Technologies inc.

www.rgbtech.com – Cette fois, le lien fonctionnera !

Autres sites traitant de la rédaction pour le Web

www.geocities.com/SiliconValley/Park/2125/index.html – trucs et astuces pour les pages Web

www.journaldunet.com – *Le journal du Net*, journal informatique français

www.cortexte.com – *Cortexte*, entreprise de François Hubert, rédacteur

