



Publier du contenu pour le web

publié le 07/05/2012 - mis à jour le 04/03/2022

"Repères incontournables"

Descriptif :

Le web possède ses règles, sa grammaire, et s'en affranchir nous condamne à perdre en route de nombreux lecteurs à qui notre travail est pourtant dédié.

Un article à l'attention des auteurs qui rédigent sur le SPIP académique pour garder à l'esprit quelques repères incontournables de la publication web.

Sommaire :

- 1. Adapter l'écriture à la lecture en ligne
- 2. Privilégier le contenu
- 3. Favoriser l'accès au contenu
- 4. Produire du contenu pour le web
- 5. Adapter ce contenu pour le web
- 6. Lire et faire relire ses publications

Publier sur le **web** est aujourd'hui aussi aisé « techniquement¹ » qu'utiliser un logiciel de traitement de texte. Les outils d'édition proposent l'indispensable tout autant que l'accessoire ! Aussi, chacun, suivant sa sensibilité et indépendamment de ses compétences sur la question, proposera Sa version de la publication web, révélant d'ailleurs parfois -au détour d'un site, au détour d'une page- des talents de peintre ou de décorateur ! On donne ici « à voir » Sa composition... mais pas nécessairement « à lire » !



Pourtant, lorsqu'il est question de contenu, l'acte de **publier** ne peut être déconnecté de celui d'être **lu**. Le web possède ses **règles**, sa **grammaire**, et s'en affranchir nous condamne à perdre en route de nombreux lecteurs à qui notre travail est pourtant dédié.

Notre article s'adresse en priorité aux **auteurs du web** qui rédigent sur le **SPIP² académique**. Il n'est donc pas fait mention des règles auxquelles l'auteur ou le webmestre doit être attentif lorsqu'il « construit » lui-même son site (la coquille unique du SPIP académique est déjà optimisée et préserve l'utilisateur de choix peu orthodoxes qui pourraient nuire à la bonne visibilité du contenu qu'il propose).

Si le lecteur souhaite un aperçu plus large et exhaustif, nous l'invitons à consulter l'ouvrage d'Isabelle Canivet : « Bien rédiger pour le web »³.

Évoquons à présent ces « **repères incontournables** » que les auteurs se doivent de garder à l'esprit lorsqu'ils rédigent pour le web :

- adapter l'écriture à la lecture en ligne ;
- privilégier le contenu ;
- favoriser l'accès au contenu ;
- produire du contenu pour le web ;
- adapter ce contenu pour le web...

Un constat² :

- la lecture en ligne est **moins confortable** que la lecture papier ;
- les internautes dans leur grande majorité lisent toujours en **diagonale**.

Une conséquence :

Il faut rédiger des contenus web lisibles et efficaces. Ce qui implique :

- d'adapter l'écriture à la lecture en ligne (pour limiter l'inconfort) ;
- de prendre en compte les comportements de l'utilisateur (pour ne pas rater sa cible).

Un résultat :

Cet objectif ne sera atteint que si l'auteur oublie la mise en forme qu'il pratique habituellement sur "traitement de texte". En effet, les préoccupations d'ordre graphiques (taille et type de *polices de caractères* ; *couleurs* ; *encadrements* ; *espacements* ; *retraits* ; *justification* ; *marges* ; *surbrillance* ; *styles* ; *bordures* ; *casse...* ainsi que l'usage graphique⁴ du *gras* et de l'*italique*) qui sont au coeur des préoccupations de nombreux utilisateurs du traitement de texte (avec des productions très disparates d'un usager à l'autre) sont inutiles lors de l'édition d'un article sur le **SPIP académique**. Ce dernier propose un **modèle préétabli** (le *squelette*) qui dispense le rédacteur de s'interroger sur le possible agencement de ces différents éléments graphiques.

Repère n° 1 : j'oublie mon traitement de texte !

● 2. Privilégier le contenu

Les études en *utilisabilité*⁵ menées auprès des internautes ont ainsi permis d'identifier quelques facteurs de réussite pour un site⁶ :

- un **contenu de qualité** ;
- des mises à jour fréquentes ;
- des temps de téléchargement minimaux ;
- un usage facile.



Sur le web, le contact avec le contenu proposé dans un article intervient à **plusieurs niveaux** et dans des **contextes différents** :

- sur la page de la ressource elle-même ;
mais aussi :
- sur les zones de « reprise automatique » du contenu :
 - *titre* et *descriptif* de l'article repris dans la rubrique,
 - *titre* et *descriptif* de l'article repris en page d'accueil du site (actualité),
 - *titre* et *descriptif* de l'article repris sur les espaces d'agrégation de contenu (ex : portail pédagogique ; fils rss dans Netvibes⁷ ou Google Reader⁸),
 - *titre* et *descriptif* de l'article sur la page des résultats d'un moteur de recherche.

Cette faculté d'**ubiquité** doit être prise en compte par le rédacteur ! En effet, pour offrir une bonne visibilité au contenu, il convient de prendre en compte la démultiplication de ces zones de « reprise automatique » en « soignant » notamment leur rédaction (**mots-clés** en particulier).

● 3. Favoriser l'accès au contenu

Cet objectif est une obligation, c'est l'**accessibilité**⁹ !



« L'accessibilité sur le web, c'est rendre l'information diffusée et les services proposés en ligne accessibles à toute personne, quels que soient ses capacités physiques et intellectuelles, sa langue, sa culture, le matériel ou les logiciels qu'elle utilise. » [Portail Pléiade]

○ Quelques exemples :

- **Connexion internet lente**
 - le poids de mon diaporama proposé au téléchargement est-il optimisé ?
 - dans mes diapositives, j'insère mes images en taille réelle, ce qui exclut d'utiliser la poignée de redimensionnement proposée par le logiciel.
- **Handicap visuel**
 - un titre est-il proposé pour chacune de mes images ?
 - Cette alternative textuelle (champ « titre » de la boîte image dans SPIP) permettra aux navigateurs non-graphiques d'informer l'internaute sur la nature de l'image proposée.
- **Difficulté de lecture**
 - mes titres sont-ils en minuscules ?
 - les titres en majuscules sont moins lisibles (vitesse de lecture moins rapide de 13 à 20%¹⁰). Un bouton dans la barre d'édition de SPIP me permet de transformer en minuscules les mots en capitales.
- ...

● 4. Produire du contenu pour le web

○ Les zones stratégiques qu'il faut choyer :

- le **titre** de l'article (obligatoire). C'est en effet à la lecture de ce titre que l'internaute accède ou non à l'article ! Il doit être court et percutant et les **mots-clés** qu'il contient seront placés au début de l'intitulé.
- les **intertitres** (titre des chapitres que l'on retrouve automatiquement dans la zone « Sommaire de l'article » de SPIP). Ils permettent de structurer l'article et d'appréhender sa construction et son contenu d'un simple **balayage du regard**. Ils s'imposent lorsque l'article est long.
- le **descriptif** (obligatoire). Il doit permettre d'éclairer l'internaute sur la nature du contenu proposé dans l'article (5W : Who ? What ? When ? Where ? Why ?). Il est lu avant l'ouverture de l'article et participe donc, par ses qualités de rédaction, à son **attractivité** (il accompagne le titre dans les zones de reprise du contenu [cf. plus haut, partie 2]).



- N.B. Le sous-titre dans SPIP n'est visible qu'à l'ouverture de l'article. Il permet d'apporter un complément d'information au titre sous lequel il est placé et n'est pas obligatoire.

○ Les mots clés qu'il faut choisir :

L'internaute, pour trouver une publication sur un sujet donné, utilisera un **moteur de recherche**. Les termes susceptibles d'être utilisés pour cette recherche constitueront nos mots-clés. Ils seront insérés dans l'article aux endroits stratégiques, à savoir dans les zones « chaudes » mentionnées précédemment (*titre, intertitres et descriptif*) ainsi que dans :

- le corps du **texte**. Le **gras** est alors utilisé (emphase) et permet de donner du relief au texte au plan sémantique et non au plan graphique.
- le titre des **images** insérées.
- l'intitulé des **liens hypertextes** (l'explicitation de ce que l'on va découvrir en utilisant le lien remplacera avantageusement les injonctions « cliquer ici » et autres « cliquer là » trop souvent employées.).

Être attentif aux spécificités de l'écriture web c'est favoriser le **référencement** du site et l'indexation de son contenu. Un site qui n'est pas référencé dans les principaux moteurs de recherche du Web est un site invisible !

Repère n° 4 : je détermine mes mots clés et les « dispose » aux endroits stratégiques.

● 5. Adapter ce contenu pour le web

Pour éviter les maladroites trop fréquemment rencontrées :

- **Aérer le contenu** en évitant de proposer des blocs textes trop denses.
- **Resserrer les intitulés** pour faciliter l'accès au contenu.
Par exemple dans les listes à puces, en début d'item :
 - supprimer les articles (définis et indéfinis) ;
 - supprimer les répétitions ;
 - harmoniser la structure grammaticale (verbe, adjectif ou nom en début d'item).
- **Présenter les documents** proposés au téléchargement (enveloppe éditoriale).
En effet, des documents « jetés » dans un article « vide » ne facilitent pas leur « attractivité ». A minima un descriptif devra accompagner chacun des documents (champ « description » de la boîte document dans SPIP).
- **Insérer des images** qui proposent une vraie **plus-value**.
L'image :
 - illustre le propos ;
 - complète l'information ;
 - participe au référencement de l'article ;
 - concourt à la création d'un "climat" spécifique.
 - est compressée (poids) et optimisée (taille) ;
 - possède une alternative textuelle (champ « titre » dans la boîte image de SPIP) ;
 - indique les informations relatives au crédit et droits d'auteurs.
- **Éviter le jargon**, les sigles et autres abréviations pour initiés qui ne seraient pas explicités (à la première



utilisation du sigle par exemple) ;

- Ne pas proposer plusieurs fois dans le même article les mêmes **liens hypertextes**.

Repère n° 5 : je prends en compte tous les éléments qui composent mon article.

● 6. Lire et faire relire ses publications

Pour le rédacteur, les possibilités de coquilles sont nombreuses et fréquentes (faute de frappe, erreur de syntaxe dans une adresse web, titre absent pour les documents, les images...). Par ailleurs, la lecture (et par conséquent la relecture) est moins facile que sur papier (cf. partie 1).

Aussi et indépendamment des questions d'orthographe et de grammaire, toutes les conditions sont réunies pour qu'une publication web présente un sérieux potentiel d'erreurs ou d'omissions.

Une seule parade : une relecture attentive -in situ- de préférence par une tierce personne (Merci à Chantal B. pour sa relecture attentive et constructive).

Repère n° 6 : je fais relire mon article

- (1) [Éditer un article SPIP... de A à Z](#) : les principales étapes de l'édition d'un article sous SPIP, de l'identification à la publication.
- (2) SPIP : système de publication de contenu pour l'internet écrit en langage PHP et disponible sous licence GPL. [Le site spip.net](#).
- (3) CANIVET Isabelle. *Bien rédiger pour le web. Stratégie de contenu pour améliorer son référencement naturel*. Eyrolles, Août 2011 (2ème édition), 535pages.
- (4) Usage graphique qui consiste à mettre en valeur **visuellement** des zones de texte plutôt qu'à leur donner du relief au plan sémantique.
- (5) Utilisabilité : degré selon lequel un produit peut être utilisé, par des utilisateurs identifiés, pour atteindre des buts définis avec efficacité, efficience et satisfaction, dans un contexte d'utilisation spécifié. [Source : Wikipédia/ utilisabilité](#)
- (6) [Charte ergonomique des sites internet publics](#) (pdf de 2,6 Mo) version 2.0. déc. 2008
- (7) Netvibes ne propose aucun contenu propre mais agrège le contenu en provenance d'autres sites. [Source Wikipédia/Netvibes](#)
- (8) Google Reader est un lecteur de flux d'information sur Internet. [Source : Wikipédia /Google_Reader](#)
- (9) Accessibilité : Cf. Loi du 11 février 2005 pour l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées + textes d'application (en particulier ceux sur les services de communication publique [décret relatif à l'accessibilité des sites publics du 14 mai 2009] qui ont conduits à l'édition d'un Référentiel Général d'Accessibilité pour les Administrations [[RGAA](#)]). Plus largement, l'accessibilité fait l'objet d'un référentiel du W3C (le World Wide Web Consortium est un organisme international qui fixe les recommandations propres à la communication via l'internet).
- (10) CANIVET Isabelle. *Bien rédiger pour le web. Stratégie de contenu pour améliorer son référencement naturel*. Eyrolles, Août 2011 (2ème édition), 535pages.

Lien complémentaire

 [Publier en toute légalité, sur le site de la Dané de Versailles](#)

[[<>Images composites de l'article : JML]