



## Écrire un article pour un large public

L'écriture de type journalistique ne répond pas aux mêmes règles que la rédaction scientifique. Voici quelques conseils pour vous familiariser avec ses codes d'écriture, affûter votre plume et donner aux lectrices et lecteurs l'envie de vous lire.

### Suivre les conseils de base de la médiation scientifique

 Voir la fiche « Le B.A-BA de la médiation pour les scientifiques »

### S'adapter à son lectorat

**Connaître le magazine/revue/média et son lectorat.** Pour cela lire des articles déjà publiés hors de votre champ de spécialité.

**Cerner le profil du lectorat :** quel âge ? quel niveau de connaissances (novice, amateur, expert) ? est-il curieux de science ?

**Suivre la ligne éditoriale :** les sujets du média sont-ils rattachés à une actualité ? quel est le ton employé (humoristique, pragmatique, pédagogique, etc.) ? quel est le niveau de langage utilisé (plus ou moins soutenu ou familier) ?

**Tenir compte du format :** article long ou court ? imprimé ou publié sur le web ? article classique, chronique, questions-réponses, portrait, etc. ?

Ces informations se retrouvent souvent dans des rubriques « qui sommes-nous » ou « charte éditoriale ».

### Choisir un angle, circonscrire votre sujet

**Définir avec soin le message et les points à transmettre.** Éviter de vouloir à tout prix être exhaustif. Un article de vulgarisation scientifique ne doit pas aborder trop de sujets à la fois : un seul sujet, bien exposé, a plus de chances d'être compris qu'un texte véhiculant une foule de messages. Un bon article doit convaincre le lecteur qu'il a appris et compris des choses. Ainsi, pour bien l'informer, il est important de se mettre à la portée de son public.

Ne pas perdre de vue que l'on s'adresse à un public non initié à son domaine de recherche. Il faut donc **choisir une problématique générale et pas trop pointue** afin de rendre le tout pertinent et intéressant pour un lecteur profane.

**Définir les objectifs de l'article.** Le contenu de l'article sera informationnel. Mais encore ? Que voulez-vous réellement transmettre à vos lecteurs ? (des résultats récents ? le récit d'une mission ? un éclaircissement scientifique en lien avec une actualité ? etc.).



# Écrire un article pour un large public

## Pour un texte lisible et compréhensible par un large public

- Synthétiser le propos en identifiant ce qui est absolument nécessaire à la compréhension et ce qui ne l'est pas. Ne pas se perdre dans les détails, tout en veillant à ne pas simplifier à l'excès.
- Utiliser autant que possible une syntaxe simple : sujet – verbe – complément.
- User d'un style concret, direct et concis, aller droit au but ! Choisir des mots simples, communément utilisés. Une idée par phrase. Un concept par paragraphe. Seuls 15-20 mots par phrase sont mémorisables à la lecture.
- Donner des exemples concrets pour illustrer des idées abstraites.
- Le texte, même s'il est accessible au plus grand nombre, ne doit pas faire l'économie de références sérieuses ni des principes théoriques qui prévalent dans votre discipline. Utiliser, tout en l'expliquant, le vocabulaire technique, en évitant toutefois l'effet catalogue.
- S'il faut pondérer un mot grâce aux guillemets, il est probable qu'un autre terme soit plus approprié...
- Avoir une attention particulière aux mots à double sens, ceux ayant une signification commune et une signification scientifique, ceux pouvant être ambigus.

## Une structuration spécifique, différente des articles scientifiques

La rédaction d'un article scientifique respecte une structure pyramidale (énoncé de la question, introduction, méthodologie, développement puis conclusion). Pour l'article de vulgarisation, il convient de partir de l'information essentielle pour aller vers ce qui est plus secondaire. Quel que soit le sujet, il convient de respecter ce **principe de la pyramide inversée** : information principale placée au début (de l'article mais aussi des paragraphes et des phrases) puis développement, précisions, détails. De sorte que, s'il fallait couper le texte pour le raccourcir, la coupe commencerait par la fin. Ce principe permet de capter l'attention du lecteur.

- **Un titre court, percutant, accrocheur.** Il doit attirer l'attention du lecteur tout en étant fidèle au message principal de l'article sans pour autant essayer de le décrire ou le résumer. Si l'article est destiné au web, il doit être **adapté pour un bon référencement** (donc séduisant pour les moteurs de recherche !). Un bon titre est :
  - assez court (maximum 70 caractères, pour que le titre s'affiche en entier dans les résultats de recherche)
  - comporte un ou plusieurs mots-clés (le plus important au début)
  - reflète bien le contenu de l'article de la page
  - délivre un message
  - est unique et n'apparaît pas sur d'autres pages
  - donne envie à l'internaute de cliquer
  - est explicite : un titre détaillé vaut mieux qu'un titre trop vague
- **Le chapô** : il s'agit de trois à quatre phrases courtes qui suivent immédiatement le titre et grâce auxquelles le lecteur entre dans le sujet et est invité à lire la suite. Pourquoi est-ce important de lire l'article pour lui ? et pourquoi souhaitez-vous lui présenter le sujet ?
- **Le corps du texte** est découpé en plusieurs **paragraphes, tous indépendants entre eux et précédés d'un intertitre**. Une attention particulière est à porter sur le premier paragraphe qui doit développer le chapô et donner toutes les informations importantes.
- **Les intertitres** sont très importants : ils guident et relancent le lecteur, ils rythment votre texte. Ne pas les penser comme des titres de parties de mémoire, éviter qu'ils soient trop descriptifs. Ils doivent mettre en exergue l'idée principale du paragraphe qui le suit, avec si possible un ton décalé.
- Soigner **la conclusion** : elle ne doit pas redire/répéter/résumer le contenu de l'article mais ouvrir vers d'autres enjeux, d'autres problématiques, donner envie d'en savoir plus.



# Écrire un article pour un large public

## Impliquer le lecteur

**Contextualiser le sujet** permet au public de mieux en comprendre les enjeux (scientifiques, sociaux, économiques, culturels).

**Connecter le sujet avec le quotidien et/ou les préoccupations des lecteurs** (lien avec l'actualité, utilisation de métaphores ou d'exemples en rapport avec la vie quotidienne, les idées reçues, les attentes sur le sujet).

Utiliser la **voix active** plutôt que la voix passive.

Il est possible de proposer une rubrique « Aller plus loin » en fin d'article : indiquer quelques liens et ressources afin que les lecteurs puissent approfondir le sujet s'ils le souhaitent.

## Des visuels attrayants

**Ajouter des visuels pour illustrer l'article et dynamiser sa lecture** : photos, schémas simples, cartes, infographies, dessins, vidéos (pour le web), etc. Ils doivent dire autrement ce qui est formulé par écrit. Ils viennent en appui pédagogique ou en respiration. Ils ne doivent pas complexifier le propos.

Distinguer la photo de Une et les visuels dans le corps de l'article. La photo de Une doit être en totale cohérence et complémentarité avec le titre. C'est le duo gagnant titre-Une qui fait cliquer le lecteur (pour le web). Sans avoir encore lu l'article, elle doit délivrer un message simple, fort et compréhensible par tous. Ne pas être documentaire et éviter des images exprimant des émotions négatives.

Attention aux droits à l'image et aux droits d'auteur. Penser à demander l'autorisation d'utiliser les images ou vidéos ou privilégier les ressources en licence libre ou creative commons (par ex. [Flickr](#), [Wikimédia commons](#), [Pixabay](#), [Unsplash](#), etc.).

## Rédiger, ajuster, relire...et faire relire

Laisser et revenir sur son texte, relire son texte à voix haute et le faire lire à plusieurs personnes qui ne connaissent pas le sujet sont un bon moyen d'ajuster, d'adapter le vocabulaire, de reformuler, de corriger la longueur de certains paragraphes, de supprimer des parties inutiles ou trop complexes.

Un accompagnement peut être envisagé par le ou la rédactrice du média qui relit généralement le texte avant sa publication.

### Lancez-vous !

Vous souhaitez partager votre regard et votre expertise sur un sujet de recherche, une recherche en cours ? De la brève à l'article de fond, plusieurs médias invitent la communauté scientifique d'Occitanie Ouest à rédiger et publier des articles pour un large public ou un public spécialisé : [découvrez-les sur Exploreur](#).