



RÉPUBLIQUE DU NIGER

Fraternité - Travail - Progrès

MINISTÈRE DU PLAN

INSTITUT NATIONAL DE LA STATISTIQUE

PLATEFORME NATIONALE D'INFORMATION POUR

LA NUTRITION



NIGER

MANUEL

MARS 2020

MANUEL DE TECHNIQUES REDACTIONNELLES



OUTIL DE RENFORCEMENT DES CAPACITÉS EN RÉDACTION ET DIFFUSION





**« LE LECTEUR SE TUE À
ABRÉGER CE QUE L'AUTEUR
S'EST TUÉ À ALLONGER »
*MONTESQUIEU***



PRÉFACE

Tout au long de mes expériences au service du développement des Systèmes Statistiques Nationaux (SSN) dans les pays en développement, j'ai constaté que les statistiques ont souvent une faible considération auprès des utilisateurs. Il y a certes des gaps à combler et des efforts à mener sur toutes les chaînes de production de l'information, mais l'information est souvent présente et mal valorisée. Ainsi, les publications sont peu lues et donc peu utilisées par les utilisateurs potentiels. La statistique apparaît à tort comme des techniques complexes et difficilement accessibles. Aux yeux de nos lecteurs, les chiffres apparaissent comme une forme de jargon dont la compréhension nécessiterait une formation de spécialiste.

Et pourtant les informations statistiques sont à considérer comme un moyen de transmission d'informations utiles à la planification, au développement, à l'orientation, au suivi et à l'évaluation des politiques publiques. L'outil de sensibilisation le plus efficace est la production de publications de qualité (lisible et visible). L'obstacle principal à la prise de conscience sur l'utilité de la statistique est le dernier maillon de la chaîne de production de l'information, c'est-à-dire le rédacteur de l'information lui-même. Si sa publication apparaît complexe et difficile à appréhender, les lecteurs ne la liront pas.

Après avoir travaillé sur des programmes de renforcement de la diffusion, de la communication et de la rédaction, la faible lisibilité et visibilité des publications donne aujourd'hui une perception de notre domaine qui constitue un frein à son propre développement. Dans le cadre de la valorisation de mes recherches sur cette thématique dans les pays où je suis intervenu et dans le cadre de ma mission au sein de la

Plateforme Nationale d'Information pour la Nutrition (PNIN) au Niger, l'opportunité m'a été faite de poursuivre mon engagement sur la nécessité de rappeler qu'il est primordial de susciter l'intérêt du lecteur et écrire de façon efficace. Je réitère ma conviction que trop de publications statistiques sont remplies de chiffres, de tableaux, de graphiques complexes qui risquent de rebuter les lecteurs. L'utilisation de phrases longues avec des formulations abstraites ne permet pas de saisir l'information. L'information essentielle est rarement dans les titres et les analyses sont souvent de la réécriture de tableaux (sorte de paraphrase).

Le présent manuel rappelle le rôle des producteurs d'information dans la vulgarisation de nos informations dans tous les domaines (nutrition, agriculture, élevage, santé, éducation, environnement, hydraulique et assainissement...) pour sa compréhension par le plus grand nombre. Il s'agit donc d'un outil au service de la redevabilité sociale. La compréhension de nos informations est primordiale dans le processus d'orientation des politiques publiques et du développement.

La mise en oeuvre de ces recommandations permettra de mieux répondre aux mécanismes de communication et ainsi de mieux alimenter le débat public autour des questions de nutrition, des questions sociales, économiques ou démographiques.

Toolkit de formation de l'Assistance Technique de la PNIN destiné à l'ensemble de Système Statistique National (SSN), le présent manuel a pour vocation de renforcer les capacités des producteurs qui présentent les résultats à travers des recommandations utiles pour améliorer la lisibilité et la visibilité des informations statistiques.

Utilisez ces méthodes et vous serez non seulement lu et compris mais vous participerez à la promotion de notre domaine tout en étant au service du développement.



Guillaume **POIREL**

Expert Technique International, Chef de mission de l'Assistance Technique de la Plateforme Nationale d'Information pour la nutrition.



SIGNALÉTIQUE



OURS

Unité responsable : Plateforme National d'Information pour la Nutrition

Auteur : Guillaume POIREL, Chef d'Equipe, Statisticien-Analyste, Assistant Technique PNIN (AT/PNIN)

Editeur de la publication : Assistance Technique de la Plateforme Nationale d'Information pour la Nutrition





SIGLES ET ABRÉVIATIONS

AT-PNIN	Assistance Technique de la PNIN
CFPJ	Centre de Formation Professionnel du Journalisme de Paris
DEP	Directions des Etudes et de la Programmation
DS	Directions des Statistiques
DUE	Délégation de l'Union Européenne
EDS	Enquête Démographique et de Santé
ESJ	Ecole Supérieur de Journalisme de Lille
HC3N	Haut-Commissariat à l'Initiative 3N « les Nigériens Nourrissent les Nigériens »
INS	Institut National de la Statistique du Niger
JA	Journée Africaine de la Statistique
MSC	Mouvement pour la Simplification des Communications
PNIN	Plateforme Nationale d'Information pour la Nutrition





SOMMAIRE

Préface.....	i	11.7 Le plan descriptif ou analytique.....	27
Sigles et Abréviations	3	Chapitre 6 : Mécanismes de lisibilité.....	29
Sommaire.....	1	1 La mémorisation	29
Introduction	7	2 Le processus de compréhension	31
Chapitre 1. Pourquoi développer les techniques rédactionnelles et comment ?	9	3 La lisibilité dans la phrase	31
1 Contexte et origine des techniques rédactionnelles.....	9	4 La lisibilité dans le vocabulaire	32
2 Contraintes liées à la statistique	9	5 Des formules pour calculer la lisibilité d'un texte 33	
Chapitre 2. Principes généraux de la rédaction....	11	5.1 L'indice de Gunning.....	33
1. Identification des lecteurs	11	5.2 L'indice de Flesch	34
2. La clarté du message essentiel.....	11	5.3 L'indice de Taylor	35
3 La clarté du langage.....	12	Chapitre 7 : L'écriture.....	37
Chapitre 3. Comment nos lecteurs lisent et pourquoi ?.....	13	1 Mettez une idée par phrase.....	37
1. Contraintes de la lecture.....	13	2 Evitez les enchâssements	37
2. Modes et niveaux de lecture.....	13	3 Evitez la logique instrumentale.....	39
3. Mécanismes de lecture	13	4 Evitez les mots abstraits et le jargon	40
Chapitre 4 : Comment répondre aux mécanismes de lecture ?	15	5 Supprimez les mots et les expressions inutiles.....	41
1. Les principes de la communication.....	15	6 Consacrez-vous à donner le sens d'une évolution	42
2. L'écriture efficace répond aux principes de proximité	15	7 Employez le moins possible de sigles et abréviations	42
Chapitre 5 : Préparer un article	19	8 Expliquez les notions et les méthodes, les définitions.....	42
1. Sélectionnez l'information.....	19	9 Evitez les verbes faibles ou les verbes à l'infinitif	43
2. Donnez une nouvelle information.....	19	10 Remplacez les noms par des verbes	43
3. Utilisez d'autres sources	19	11 Supprimer les conjonctions	44
4. Faites une synthèse	20	12 Respectez l'ordre de début de phrase	44
5. Une phase de pré-écriture	20	13 Utilisez les couples célèbres.....	45
6. Identifiez l'angle de l'article (perspective pour traiter le sujet)	20	14 Énumérez en organisant	45
7. Construire un Plan	21	15 Utilisez l'affirmation plutôt que la négation	45
8. La pyramide inversée : un préalable à la constitution d'un article	22	16 Préférez l'actif au passif.....	46
9. L'article « idéal » : un empilement de pyramides inversées	23	17 Favorisez le sujet actif	47
10. Le plan de la pyramide de Barbara Minto....	25	18 Soignez la formulation des exceptions	47
11. Les autres types de plans	25	19 Evitez l'usage des prépositions	48
11.1 Le plan chronologique.....	26	20 Utilisez les liens de causes et d'opposition ..	48
11.2 Le plan chronologique inversé ou « flash back »	26	21 Utilisez l'exemple et le contre-exemple pour aider le lecteur	48
11.3 Le plan chronologique mixte.....	26	22 Eliminer les adverbes	48
11.4 Le plan dialectique	26	23 Eliminer les redondances et les répétitions .	49
11.5 Le plan démonstratif.....	26	Chapitre 8 : Les chiffres	51
11.6 Le plan énumératif.....	27	1 Les chiffres	51
		2 Ne mettez pas trop de chiffres.....	51

3	Respecter la complémentarité entre le texte et le tableau	52	12	Les aires	82
4	Diversifier les chiffres et faites appel à d'autres sources	53	13	Les graphiques en radar ou multipolaire	82
5	Arrondir les chiffres	53	14	Le diagramme circulaire	83
6	Eviter les formulations floues	53	15	Les cartes	84
7	Règles typographiques et orthographiques	54	16	Les commentaires et notes de lecture.....	86
8	Les nombres en toutes lettres.....	55	17	Quelques conseils.....	86
	8.1 Les adjectifs numéraux cardinaux	55	18	Synthèse	87
	8.2 Les adjectifs et adverbes ordinaux	56	Chapitre 11 : Les règles de ponctuations		89
9	Les principales unités de mesure et leur écriture	57	1	La virgule	89
	9.1 Les unités de mesure	57	2	Le point-virgule	89
	9.2 Multiples et sous-multiples des unités de mesure.....	57	3	Les deux-points	89
	9.3 L'écriture des unités de mesure.....	58	4	Le point d'interrogation.....	89
Chapitre 9 : L'habillage		61	5	Le point d'exclamation	89
1	La Titraile	62	6	Les points de suspension	90
	1.1 Le Titre : premier niveau de lecture.....	62	7	Les guillemets	90
	1.2 Le titre énonciatif	63	8	Les parenthèses	90
	1.3 Le titre informatif	63	9	Les crochets	90
	1.4 Le titre incitatif.....	64	10	L'alinéa ou trait d'union	91
	1.5 Quel titre ?.....	64	11	L'astérisque et l'appel de note de bas de page 91	
2	Les intertitres	65	12	Espacement et ponctuation	91
3	Le chapeau	66	Chapitre 12 : L'emploi des temps.....		93
4	L'accroche	67	1	Le présent, le temps à privilégier	93
5	L'attaque et la chute.....	67	2	L'imparfait	93
6	L'encadré ou l'annexe est un autre angle à embellir.....	70	3	Le passé simple	93
7	La Légende	70	4	Le passé composé.....	94
8	Note de bas de page	70	5	Le passé antérieur	94
9	La numérotation.....	70	6	Plus que parfait	94
10	La mise en évidence.....	70	7	Le futur simple	94
11	Les formules statistiques et signes mathématiques	71	8	Le futur antérieur	94
Chapitre 10 : Les représentations graphiques et les tableaux.....		73	9	Le subjonctif.....	95
1	Objectifs des graphiques et des tableaux	73	Chapitre13 : Conseils après la rédaction		97
2	Un choix raisonné.....	73	1	Eliminer	97
3	Simplifier l'illustration est incontournable ..	74	2	Couper	97
4	Arbre décisionnel pour la visualisation des données	74	3	Suivre l'évolution de son article.....	98
5	Le tableau	75	4	Vérifier la grammaire et l'orthographe	98
6	Un tableau à double entrée	77	Chapitre 14 : Mise en page et règles typographiques.....		99
7	Les principes des graphiques.....	77	1	Définir vos styles	99
8	Des informations dans le temps : privilégiez les courbes	78	2	Le texte courant	99
9	L'histogramme ou graphique en bâton.....	79	3	L'en-tête	100
10	L'histogramme en barres	80	4	L'épigraphe	100
11	Le diagramme à barres dos-à-dos	81	5	Note de bas de page.....	100
			6	Les citations	101
			7	Les tableaux	102
			8	Listes, sous-listes.....	102
			9	Les titres	102
			10	Rendre la mise en forme effective	103
				10.1 Les options de Word et la mise en page	104



10.2	<i>Le mode plan</i>	104	2.2	<i>La chronique</i>	112
10.3	<i>Table des matières</i>	104	2.3	<i>Le Billet</i>	112
11	Règles typographiques	104	2.4	<i>La Table ronde</i>	112
11.1	<i>Les guillemets</i>	104	2.5	<i>L'analyse</i>	112
11.2	<i>Les références bibliographiques</i>	105	2.6	<i>La critique</i>	113
11.3	<i>Références placées dans le texte</i>	105	2.7	<i>Autres types d'articles</i>	113
11.4	<i>Références placées en notes</i>	105	3	Synthèse	113
11.5	<i>Référence en fin d'ouvrage</i>	105	Chapitre 16 : Principes du rédacteur	115	
Chapitre 15 : Les genres journalistiques	109		1	Les principes généraux à retenir	115
1	Les articles d'information	109	2	Les six règles de George Orwell	116
1.1	<i>La Brève</i>	109	Bibliographie	119	
1.2	<i>Le filet</i>	109	Annexe 1 : Schéma de Jakobson et les 6 fonctions du langage	124	
1.3	<i>La mouture</i>	109	Annexe 2 : Etape de production d'un texte	127	
1.4	<i>Le compte-rendu</i>	110	Annexe 3 : Synthèse des deux dimensions observables servant à préciser les concepts de lisibilité et d'intelligibilité	128	
1.5	<i>L'enquête ou le dossier</i>	110	Annexe 4 : Abréviations les plus utilisées	129	
1.6	<i>L'interview</i>	110			
1.7	<i>Le Portrait</i>	111			
1.8	<i>Le reportage</i>	111			
1.9	<i>L'écho</i>	111			
2	Les articles de commentaires	111			
2.1	<i>L'éditorial</i>	111			



**« LES MOTS DE PLUS DE QUATRE
SYLLABES NE PEUVENT RIEN
DIRE D'IMPORTANT » *ROGER
CAILLOIS***



LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1 : La mémorisation.....	30
Tableau 2 : Indice de Gunning pour les écrits francophones	33
Tableau 3 : Indice de facilité de lecture	34
Tableau 4 : Indice d'intérêt humain	34
Tableau 5 : Abréviations des ordinaux.....	56
Tableau 6 : Intitulés en toutes lettres et en abréviations officielles des principales unités de mesure utilisées	59
Tableau 7 : Préfixes en toutes lettres et abréviations officielles des multiples et sous-multiples décimaux les plus courants.....	59
Tableau 9 : Combinaison des critères de choix pour une représentation graphique	74
Tableau 9 : Décès déclarés par sexe et âge (premier semestre 2009)	76
Tableau 10 : Surmortalité des nourrissons et des jeunes mères, répartition des décès selon l'âge et le sexe .	76
Tableau 12 : Signes de ponctuations et espace.....	91
Tableau 13 : Calcul du corps et de l'exposant de l'appel de note	100
Tableau 13 : Progression du corps des caractères.....	103
Tableau 14 : Espacement selon les niveaux.....	103

LISTE DES FIGURES

Figure 1 : Principes de proximité.....	16
Figure 2 : La pyramide inversée.....	22
Figure 3 : La succession de pyramides inversées.....	24
Figure 4 : Arbre décisionnel pour la visualisation des données	75

LISTE DES GRAPHIQUES

Graphique 1 : Courbes - Taux de fécondité générale par âge selon le milieu de résidence.....	79
Graphique 2 : Histogramme - Répartition de l'ensemble des salariés selon leur rémunération	80
Graphique 3 : Histogramme en barres - Pourcentage de femmes parmi les dirigeants d'entreprises	81
Graphique 4 : Diagramme à barres dos-à-dos- Pyramides des âges au Niger (population en milliers)	81
Graphique 5 : Aires - Proportion de Bacheliers dans une génération.....	82
Graphique 6 : Radar - Compétences des employés	82
Graphique 7 : Diagramme circulaire - Collecte de l'eau de boisson essentiellement effectuée par les femmes, répartition en pourcentage des personnes chargées habituellement de la collecte de l'eau de boisson.....	83





INTRODUCTION

La statistique englobe de nombreux domaines (économie, démographie, conditions de vie des ménages, conjoncture, comptabilité, statistiques d'entreprises, commerce extérieur, statistiques sociales...) et de nombreuses activités y afférentes (collecte de données, saisie, exploitation, analyse). L'ensemble de ces domaines a pour objectif de produire, **fournir et mettre à disposition des informations utiles aux acteurs du développement** et aux partenaires nationaux et internationaux. Des efforts considérables sont nécessaires pour y parvenir et il est parfois malheureux que l'information produite n'ait pas l'effet souhaité.

L'objectif de cette formation est d'apporter des éléments de techniques rédactionnelles utiles en vue de la diffusion des informations. La technique rédactionnelle n'a qu'un seul objectif : **amener le lecteur à lire les articles pour prendre connaissance des messages et des informations**, c'est-à-dire, donner les techniques nécessaires à l'auteur pour être lu et compris. La mise à disposition de ces techniques fait partie de l'une des missions de l'Institut National de la Statistique du Niger (INS), celle de participer au renforcement des capacités et au processus de valorisation des données et d'amélioration de la diffusion. Les éléments (techniques et théoriques) mis en avant dans le présent document méthodologique sont essentiels pour accrocher le lecteur, se faire comprendre du public et sensibiliser les décideurs. Bien au-delà de la diffusion des informations, les techniques rédactionnelles sont utiles pour effectuer des présentations à des séminaires et ateliers, élaborer des documents de plaidoyer et de sensibilisation. La mise en œuvre de ces techniques rédactionnelles est indissociable d'une volonté politique de communication et de sensibilisation aux informations produites. D'ailleurs, la plupart des administrations se dotent aujourd'hui d'une politique rédactionnelle (charte) et d'une ligne éditoriale.

L'objectif du présent manuel n'est ni d'apprendre à écrire des romans, ni d'approcher au plus près le style littéraire d'un auteur connu, mais de donner des supports techniques pour écrire de manière « efficace ». Pour cela, il est nécessaire d'éviter les distorsions entre ce que l'on veut dire et ce que le lecteur comprend. Etant donné qu'un lecteur n'est jamais acquis d'avance, il est important d'avoir toujours à l'esprit de se rendre lisible. Pour rendre lisible l'information, l'auteur doit nécessairement faire sans cesse un va et vient entre les mécanismes de la lecture et leur prise en compte. Un article devrait être adapté à son but, être simple et compréhensible par tous. Ainsi, le présent manuel donne des techniques rédactionnelles tirées de l'écriture journalistique (notamment du CFPJ de Paris et l'ESJ de Lille), des études menées en linguistiques et en communication et des expériences. Le présent manuel ne prescrit pas et n'oblige pas l'auteur à respecter les principes énoncés, mais lui suggère des recommandations pour améliorer ses écrits.

Les techniques journalistiques permettent d'améliorer la lisibilité, mais les travaux en rédactologie¹ indiquent qu'un texte clair et accessible doit respecter à la fois les critères propres à la lisibilité (structure textuelle de surface) et ceux propres à l'intelligibilité (structure textuelle profonde) (Boyer, 1992 ; Fernbach & Centre canadien d'information juridique, 1990 ; Gunning, 1968). Accroître l'intelligibilité d'un texte nécessite l'adoption d'une démarche de rédaction permettant de favoriser l'adéquation du message aux connaissances et aux capacités du lecteur visé, démarche qui n'est pas évidente dans le contexte nigérien.

1 La rédactologie est l'étude de la rédaction professionnelle. Celle-ci englobe aussi bien l'écriture créative (publicitaire), que l'écriture technique ou l'écriture administrative

En somme la lisibilité et l'intelligibilité d'un texte dépendent à la fois du travail du rédacteur et de l'activité du lecteur, aspect soulevé par de nombreux chercheurs ayant travaillé sur les dimensions de lisibilité et d'intelligibilité (Trudeau, 2003).

La pratique professionnelle de la rédaction s'inscrit dans un large champ (linguistiques, sciences cognitives, sciences de l'information et de la communication). Ce présent manuel mettra donc l'accent en priorité sur les critères d'amélioration de la lisibilité que sur les critères d'intelligibilité.



CHAPITRE 1. POURQUOI DÉVELOPPER LES TECHNIQUES RÉDACTIONNELLES ET COMMENT ?

1 CONTEXTE ET ORIGINE DES TECHNIQUES RÉDACTIONNELLES

La lecture se trouve aujourd'hui directement en **concurrence avec différents support de communication et d'informations**. C'est dans ce contexte que sont apparues les techniques rédactionnelles, tout d'abord dans les années 1930/1940 où la presse s'est trouvée en concurrence avec le développement de la radio, puis dans les années 1950 avec l'arrivée de la télévision. Ces nouveaux moyens d'informations ont obligé les journalistes à adopter des réformes pour correspondre aux contraintes et habitudes du lecteur. Suite à l'arrivée de la télévision, de nouveaux supports d'information sont nés tels qu'Internet ou le téléphone portable, avec des modes de communication où l'information est recherchée par l'utilisateur et des modes où le lecteur est invité à aller sur des sites (abonnement à des newsletters par exemple). A une époque de gestion critique du temps et de la surinformation, il est donc important d'essayer de trouver et d'appliquer les bonnes méthodes non seulement pour être lu mais aussi pour être compris. **Les techniques rédactionnelles journalistiques** sont employées pour l'ensemble de ces supports d'information et de communication. En mettant l'accent sur les articles statistiques et socio-économiques, ces techniques utilisées pour tous supports de diffusion (Internet, formats papiers) sont présentées dans le présent manuel.

Une prise de conscience sur l'importance d'écrire « simplement » est née il y a plusieurs années. Il s'agit plus explicitement de la reconnaissance « **d'un nouveau droit : le droit de comprendre** » (Fernbach, 2003). Comme le souligne Sonya Trudeau (2003, p.1) (Trudeau, 2003) dans l'introduction de son mémoire : « *cette sensibilisation a graduellement pris de l'ampleur au cours des cinquante dernières années, notamment grâce au rayonnement du mouvement pour la simplification des communications (MSC) né vers 1950* ». Ainsi **la rédaction en langue claire et simple** connaît un essor important qui s'explique en partie par les connaissances acquises sur les niveaux d'alphabétisme de la population. La transmission efficace de l'information est devenue une logique importante et certaines institutions publiques disposent aujourd'hui de chartre de rédaction ou charte éditoriale ayant pour objectif de rédiger pour être compris¹. Il est donc justifiable que les services publics (INS) et en particulier ceux diffusant de l'information statistique puissent assimiler ces techniques rédactionnelles afin de répondre au mieux à leur mission de diffusion de l'information.

2 CONTRAINTES LIÉES À LA STATISTIQUE

La mise à disposition des techniques rédactionnelles et leur assimilation doit prendre en compte les différentes contraintes qui résultent du domaine de la statistique. La première contrainte est celle de **la typicité des informations** : ces dernières apparaissent **abstraites** et ont du mal à être comprises. Les statisticiens rencontrent des difficultés à sensibiliser les acteurs du développement à l'importance de la statistique, mais surtout à l'information qu'elles permettent d'obtenir. La sensibilisation des populations sur les phénomènes économiques, sociaux ou démographiques est encore un véritable défi pour le Niger en particulier dans un contexte où l'analphabétisme reste important. Le défi est de pouvoir **concrétiser les données statistiques**, c'est-à-dire leur donner un

¹ Tout comme le montre l'institutionnalisation de la Commission pour les simplifications administratives (COSA) depuis 1998 en France (www.cosa.gouv.fr)

sens, expliquer ce que les chiffres nous disent et comment afin d'alimenter le débat public.

La deuxième contrainte est celle du **principe de neutralité et de confidentialité**. L'INS doit respecter certaines législations et réglementations. Bien que chacun ait une opinion, la statistique doit rester neutre. Bien sûr cela n'empêche pas de rédiger des articles intéressants, mais ceci oblige le statisticien à **ne pas tomber dans l'évènementiel**. L'information diffusée ne doit pas faire du bruit : le statisticien doit préserver l'image de la statistique, respecter le principe de neutralité et de confidentialité.

La troisième contrainte est **la difficulté des lecteurs à comprendre certains des sujets, méthodes, concepts liés à la statistique**. Le statisticien rencontre également cette difficulté lorsqu'il lit des textes de spécialistes d'autres domaines (épidémiologie, physique, biologie...). L'interprétation parfois erronée des journalistes sur des données produites par les statisticiens montre clairement que les lecteurs ne comprennent pas toujours le message que les statisticiens cherchent à faire passer. Donner une simplicité pédagogique à nos concepts, nos définitions ou encore à nos méthodes est un véritable défi.

L'héritage administratif apparaît comme une quatrième contrainte. Qui ne s'est pas un jour senti désemparé ou exaspéré devant une lettre incompréhensible d'une administration ? Les textes administratifs ont une mauvaise réputation : phrases longues et complexes, tournures impersonnelles, vocabulaire archaïque... Or, la rédaction de document administratif fait partie du quotidien du statisticien, quotidien avec lequel il doit rompre lorsqu'il se tourne vers un large public. Alors que l'écriture avait toujours été dans une logique documentaire de classement (livres, revues, compte-rendu, rapport), **l'écriture est aujourd'hui dans une logique d'information** et de communication. Non seulement, le statisticien a hérité de l'écriture « administrative », mais il a également appris à **rédiger dans le cadre scolaire et universitaire**. L'objectif et le lectorat n'étant plus les mêmes, l'auteur doit donc faire abstraction de tout ce qu'il a appris avant. Le statisticien est un rédacteur fonctionnel (Clerc & Céline Beaudet, 2002 ; Céline Beaudet & Legault, 1998) et non un rédacteur professionnel, c'est-à-dire qu'il n'a pas l'expertise et les compétences nécessaires au bon traitement de l'information en fonction du public cible.

La méconnaissance de la rentabilité à long terme de la simplification de nos diffusions statistiques est une cinquième contrainte. Pourtant, les statisticiens de l'INS sont face à une concurrence du chiffre. L'indicateur ou le chiffre diverge d'une institution à l'autre, d'une source à une autre. Pour être crédible, il est important de sensibiliser nos collègues aux avantages de la simplification de nos écrits pour que les informations statistiques soient lues, comprises, justifiées et démontrées. Cette simplification permet de mettre en avant les efforts accomplis. Enfin, il ne faut jamais oublier que nos lecteurs ne sont pas obligés de nous lire.

Ces différentes contraintes doivent être résolues pour permettre à la statistique de prendre la place qu'elle mérite dans le cadre du débat public à travers la mise à disposition des informations. Les nombreuses recherches effectuées sur les mécanismes de lecture, les techniques journalistiques permettent de répondre au mieux à chacune de ces contraintes.



CHAPITRE 2. PRINCIPES GÉNÉRAUX DE LA RÉDACTION

1. IDENTIFICATION DES LECTEURS

Qui est notre lecteur ? Le lecteur d'information statistique est normalement un public large. Le statisticien doit par conséquent viser le style d'écrit le plus simple possible. Identifier le lecteur, c'est identifier la manière d'écrire. Il faut écrire et rédiger en fonction du destinataire. Or notre lectorat potentiel n'a pas les mêmes intérêts, le même niveau de compétence et les mêmes attentes.

L'information est diffusée pour être lu et comprise par l'ensemble des lecteurs qui ne sont pas tous des initiés et des spécialistes de la statistique. C'est pour cette raison que le statisticien devrait respecter certains principes. Ces derniers permettent de dégager le message essentiel, de rendre compréhensible l'information à travers un agencement correct des phrases et l'utilisation d'un vocabulaire accessible. **Il s'agit de la clarté du message et du langage.** Souvent à vouloir tout dire, on ne dit plus rien et, surtout, on n'est pas lu. **Faire simple est ce qu'il y a de plus compliqué.** Le statisticien cherche à passer l'information que son lecteur pourra retenir. Pour cela, l'auteur doit éviter de submerger le lecteur d'informations plus ou moins importantes.

Les principes abordés peuvent être utilisés et appliqués dans tous les types d'écrits : lettres, rapports d'activités, notes, brochures explicatives... **Le fil conducteur est le lecteur.** Les principes de structure et d'écriture du texte ou encore de sa forme, accompagnent les auteurs d'informations statistiques tout au long de la rédaction (avant, pendant et après). Une fois que l'auteur a identifié le type de lecteur et l'objectif de l'information, il définit la stratégie en adéquation avec le message essentiel et le type de texte.

Dans le contexte nigérien, il est parfois difficile de déterminer nos lecteurs et par conséquent d'adapter l'écriture au lectorat. Mais les statisticiens, économistes et démographes peuvent demander à quelqu'un (collègues, personnes qui connaissent votre groupe cible...) de lire les écrits et de faire des observations. L'auteur pourra ainsi déterminer si le texte intéresse le lecteur, si ce dernier peut se servir de l'information contenue dans l'article ou l'ouvrage. De même, la mise en place d'un comité de lecture s'assurant de l'application des techniques présentées dans ce manuel est essentiel.

2. LA CLARTÉ DU MESSAGE ESSENTIEL

Lorsque nous diffusons une information, on diffuse un message. Tout article quel qu'il soit est un message. Pour faire passer l'information essentielle, il est conseillé de formuler le message pour soi-même (par écrit) avant de rédiger la suite de l'article. Quelle que soit la complexité du sujet, ce dernier peut s'exprimer en deux phrases. Il s'agit des deux phrases que vous auriez à formuler à un responsable ayant peu de temps à vous consacrer pour faire passer une information. **Le message essentiel** correspond à ce que l'auteur veut que le lecteur retienne s'il n'a que 15 secondes à lui accorder : « *Qu'est-ce que j'ai à lui dire ?* ». L'auteur doit garder à l'esprit que retenir l'essentiel, c'est faire des choix qui doivent correspondre aux choix de l'organisme pour lequel il écrit.

Bien qu'il n'y ait pas qu'un seul message à faire passer, il n'est pas possible de tout dire en même temps (d'où la nécessité de mettre en œuvre la lecture progressive) et parmi tous les messages, un seul est essentiel. Si le lecteur vous abandonne en cours de route, il aura au moins retenu le plus important de ce qu'il y a à dire. Lorsque l'auteur n'arrive pas à formuler le sujet de son article

en quelques mots, cela signifie qu'il ne sait pas clairement ce qu'il veut faire savoir au public. Si l'auteur a plusieurs messages à faire passer, il peut les traiter séparément et faire plusieurs articles.

En résumé tout article est un message essentiel **clair**

C comme	Centré, c'est-à-dire au cœur de l'article
L comme	Lisible, qui rend l'article accessible à n'importe quel lecteur
A comme	Actuel, généralement toute l'information est en rapport avec l'actualité ou avec les centres d'intérêt des lecteurs
I comme	Immédiat, l'auteur va directement au sujet dès la première phrase
R comme	Rigoureusement exact, car tout statisticien fournit des informations aussi exactes que possible.

(Voirol & Centre de formation et de perfectionnement des journalistes (France), 1997)

Le message essentiel sert à accrocher le lecteur. Pour cela, le statisticien doit mettre de côté les résultats périphériques, les raisons qui en découlent, les méthodes utilisées pour les obtenir ou encore les moyens mobilisés pour les atteindre.

3 LA CLARTÉ DU LANGAGE

Différentes techniques permettent de clarifier le langage. Le statisticien est un professionnel de la statistique et non un littéraire ou un romancier. Tout comme le journaliste, il a pour mission de produire de l'information scientifiquement correcte qui intéresse les lecteurs. Le plus important reste de développer son sens de la communication. **La clarté du langage doit répondre au respect de l'orthographe** (règle incontournable). La faute d'orthographe trouble la perception du récit et un nombre de fautes important porte atteinte à la crédibilité de l'auteur et par conséquent à celle de l'institution. **La clarté du langage se définit enfin par le respect de la syntaxe**. Dans la langue française, la structure habituelle de la phrase (*sujet-verbe-complément*) est celle qui est la mieux comprise. Une syntaxe plus complexe peut parfois donner des surprises aux lecteurs. Même s'il est important de varier les structures des phrases pour créer un rythme au récit, les structures de phrases les plus simples sont les mieux comprises.



CHAPITRE 3. COMMENT NOS LECTEURS LISENT ET POURQUOI ?

Pour comprendre et assimiler les éléments de techniques rédactionnelles, il faut tout d'abord connaître **les contraintes et les mécanismes de la lecture**. Pour cela il faut se placer du côté de celui qui reçoit l'information (*le lecteur*).

1. CONTRAINTES DE LA LECTURE

La première contrainte que chacun rencontre est celle du **temps**. Nous n'avons jamais assez de temps pour lire tout ce qui nous intéresse, d'où l'importance d'avoir des textes bien écrits et pas trop long. À titre d'exemple, il faudrait environ 8 heures pour lire *Le Monde* et la plupart des grands magazines offrent et nécessitent de 10 heures à 20 heures de lecture. Le temps moyen consacré à la lecture par les Français est d'une vingtaine de minute par jour. Un lecteur moyen peut lire environ 12 000 mots à l'heure, il lira effectivement de 3 000 à 4 000 mots, soit moins de 10 % d'un quotidien.

Faire passer un message et attirer l'attention du lecteur n'est pas évident lorsque le temps moyen de lecture est faible. Ce constat explique tout l'intérêt de la rigueur avec laquelle il est nécessaire de concevoir un support de diffusion. Si le support de diffusion est bien élaboré, le lecteur peut prendre connaissance de l'ensemble de son contenu et sélectionner les articles qu'il l'intéresse.

2. MODES ET NIVEAUX DE LECTURE

Mis à part les contraintes de lecture, il existe différents **modes et niveaux de lecture**. Nos lecteurs peuvent lire en « balayage », ou de façon « attentive » ou encore « approfondie ». Sur les supports Internet, les lecteurs peuvent se déplacer de lien en lien ou approfondir l'information. Certains lecteurs lisent plusieurs choses en même temps, manipule l'information ou la stocke. Quelque soit le mode de lecture, les techniques rédactionnelles permettent d'accrocher le lecteur et de le guider.

3. MÉCANISMES DE LECTURE

Au-delà de ces différentes manières de lire, il y a **des aspects physiologiques et cognitifs liés à l'acte de lecture**. Il y a tout d'abord la perception visuelle, la mémoire à court terme et la mémoire à long terme (aspects qui seront évoqués dans la section sur la lisibilité). Certains auteurs ont d'ailleurs proposé les termes « lisible, inlisible » en distinguant l'aspect intellectuel de l'aspect matériel (Timbal-Duclaux, 1985).

Si on se place toujours du côté du lecteur, notre lecture s'effectue autour d'une mise en page. Plus précisément, **la lecture est guidée**. Généralement, vous « balayez des yeux » les pages les unes après les autres d'une certaine manière avant de choisir de vous arrêter pour lire. Le Lecteur est aidé pour cela par la mise en page, par les éléments visuels de l'article (parcours guidé par des balises, images, tableaux, photos, dessins qui sont autant de points d'entrée dans l'article). L'apparition de l'information sur Internet a introduit également des nouveaux mécanismes de lectures avec des stratégies de lecture sélectives liées à l'hypertexte (le lecteur rebondit d'une information à l'autre en cliquant sur des liens) (Barrier, 2000). De nouveaux termes sont nés : « surfer » ou « naviguer ».

Lorsque l'on prend une certaine distance par rapport à l'information et sa lecture, on discerne l'existence **d'un ordre de lecture**. Ce mécanisme de lecture est rendu possible par l'utilisation de certaines techniques rédactionnelles. Une fois le choix de lecture effectué, vous commencez la lecture de l'article d'un endroit à un autre pouvant être différent de la fin (fatigue, interruption...), c'est-à-dire de **façon progressive**. Chaque phrase apporte une information supplémentaire par rapport à la phrase précédente. Ainsi, la façon dont le texte est présenté a une incidence sur l'information que l'on retient.

**« Faire passer un message
(...) n'est pas évident lorsque
le temps moyen de lecture
est faible »**



CHAPITRE 4 : COMMENT RÉPONDRE AUX MÉCANISMES DE LECTURE ?

1. LES PRINCIPES DE LA COMMUNICATION

Le statisticien doit connaître **les principes de fonctionnement de la communication** et les utiliser lorsqu'il écrit. Lorsque l'on communique avec nos lecteurs, il y a un certain nombre de facteurs qui interviennent. Les six (6) facteurs essentiels correspondant à une fonction linguistique sont :

- **L'émetteur** (l'auteur qui rédige l'article) ;
- **Le récepteur** (notre lecteur) ;
- **Le message** (l'information transmise à travers l'article) ;
- **Le référent** (le contexte, la situation propre à l'acte de communication) ;
- **Le canal** (le support matériel : papier, site Internet, affiche...) ;
- **Le code** (le langage commun à l'émetteur et au récepteur : langue écrite pour une communication écrite).

Chacun de ces facteurs est associé à des fonctions linguistiques qui ne sont pas toujours présentes dans la communication écrite (Jacobson, 1963)¹. La présence plus ou moins importante de ces fonctions permet de différencier le type de texte et d'accrocher le lecteur.

2. L'ÉCRITURE EFFICACE RÉPOND AUX PRINCIPES DE PROXIMITÉ

Face à la contrainte du temps, l'auteur doit élaborer des textes courts et faciles à comprendre en guidant le lecteur de façon progressive. **Le lecteur a toujours un réflexe : la proximité**. Il choisit les articles selon ses centres d'intérêt, ses préoccupations : nous lisons un article parce que le sujet nous intéresse.

Parmi les règles de l'écriture efficace, les principes de proximité sont les plus importants. Ce sont les principaux critères de choix du lecteur : il s'intéresse à ce qui le concerne, ce qui est le plus proche de lui. D'ailleurs, il ne semble pas que la recherche de la proximité avec le lecteur puisse poser problème puisqu'elle va de soi. C'est pourquoi, on ne parlera pas ici de « *Lois de proximité* », mais plutôt de principes de proximité. La perspective des principes de proximité repose sur le postulat de l'existence d'attentes de la part des lecteurs et donc d'identification des besoins et préoccupations. Il existe différents aspects de la proximité, certains principes de proximité importants sont déduits d'études de lectorats de journaux et valables pour tous.

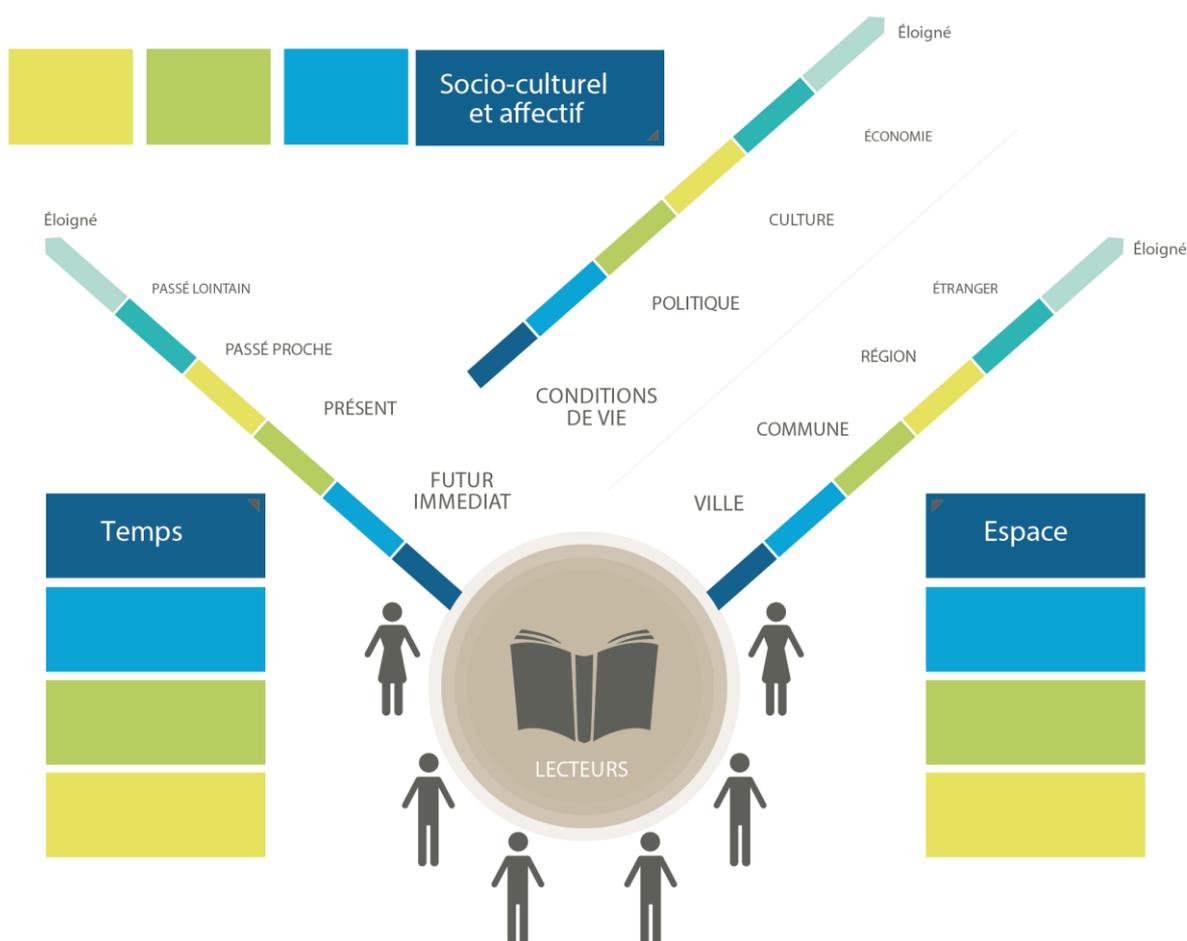
Le temps est une notion importante. Comme les denrées alimentaires périssables, l'information est meilleure si elle est fraîche. L'avenir immédiat est plus proche du lecteur que le passé immédiat ou lointain. Bien souvent, l'auteur rédige l'introduction de son article par un rappel du passé lointain. Si l'information concerne le prochain recensement et que vous commencez votre article par un historique des recensements, le lecteur risque d'abandonner plus facilement l'article. Par exemple, il est important de parler du recensement de 2020 avant de parler du recensement de 1990. Le temps immédiat ou futur proche nous intéresse plus que le passé. Les éléments historiques en rapport avec le sujet peuvent apparaître dans un encadré, mais ne doivent pas faire partie du message principal du texte.

1 Pour plus d'information : http://fr.wikipedia.org/wiki/Sch%C3%A9ma_de_Jakobson

Ensuite, il y a la **proximité dans l'espace**. On s'intéresse d'abord à son espace proche avant de s'intéresser à l'espace éloigné. Ainsi mon voisin décédé m'intéresse plus que 1 000 décédés dans un pays éloigné. Pour un lecteur malien, un accident de la route sur le nouveau pont de Bamako faisant 15 morts fera la *une* du journal national, mais peut-être une dizaine de lignes dans le journal national du Niger. C'est ce que les journalistes appellent cyniquement **le principe du mort/kilomètre** : l'intérêt pour les morts diminue au fur et à mesure qu'ils sont plus lointains. La « proximité » géographique est l'un des principaux facteurs d'appréciation de l'importance d'une information. Ce principe de proximité n'est pas une difficulté pour notre domaine (statistique) puisque l'INS diffuse l'information au niveau du Niger en priorité.

Il y a la **proximité sociale**. Les 15 morts d'un accident de la route sur le nouveau pont de Bamako ne valent qu'une ligne dans le journal de Niamey sauf si les victimes sont des nigériens. Les quelques lignes deviennent un article s'il s'agit de touristes nigériens et un article en première page dans le journal national du Niger s'il s'agit d'une mission de représentants diplomatiques. Le facteur de proximité sociale influence la proximité dans l'espace et dans le temps. La proximité sociale se traduit par l'ensemble des facteurs commun entre l'information donnée et le lecteur : nationalité, intérêt pour un domaine particulier, profession, loisirs, santé, éducation...

Figure 1 : Principes de proximité





La proximité affective (ou intérêt humain) englobe les éléments qui touchent la nature humaine comme la vie, la mort, l'argent, la maladie, la violence. Ce sont des sujets qui intéressent car ils nous concernent dans notre vie quotidienne. Certains magazines exploitent parfois à outrance cette proximité en particulier les magazines qui traitent de faits divers sanglants. Dans le domaine de la statistique, il peut s'agir de notre pouvoir d'achat par exemple.

L'utilisation de cette proximité permet d'ouvrir des horizons selon des principes importants : **« le concret est le meilleur chemin vers l'abstrait ; le particulier est le meilleur chemin vers le général ; le social est le meilleur chemin vers l'institutionnel. »** (Broucker, 1995).

Les principes de proximité dans le temps, l'espace, le socioculturel et l'affectif sont les plus importants. Il existe d'autres principes de proximité tels que **la notoriété** (on s'intéresse plus à un séminaire sur la statistique si l'ouverture est effectuée par un ministre que par une personne ayant moins de notoriété) ou **la rareté**.

Il existe des compensations entre ces différents principes de proximité. A titre d'exemple, le nouveau Prix Nobel de mathématique intéresse moins que le nouveau Prix Nobel de la Paix (proximité socioculturelle). Cependant, le prix Nobel de mathématique intéresse plus lorsqu'il a été décerné à une personne de son pays (proximité géographique). Il n'y a pas de sujet à éviter, l'important étant la manière de l'aborder et de le présenter. Notre domaine d'expertise (économie, statistique, démographie) peut être rébarbatif ou attrayant selon l'effort ou non que l'auteur fait pour se placer du côté du lecteur lambda.

La proximité de notre domaine est la quantification des comportements (à travers des personnes, des variables). Le statisticien caractérise des actions dans le temps, l'espace, selon les catégories (âge, diplôme, secteur économique...) par rapport aux autres, pour en tirer des idées. **Le statisticien doit ainsi donner du sens à la mesure.** L'intéressant n'est pas la méthode, la source, **mais le résultat.** Il n'y a pas de bons ou mauvais sujets mais des bonnes ou des mauvaises manières d'écrire.

Enfin, il existe d'autres principes de proximité importants pour les rédacteurs mais qui concernent moins les statisticiens. Il s'agit de la proximité affective (ce qui fait peur...) ou encore l'insolite. Ces principes ne sont pas à écarter totalement : il est possible de mettre en avant des résultats d'enquêtes qui vont à l'encontre des idées reçues.

Le principe de proximité répond également à la règle des six (6) W pour lesquels l'article doit donner une réponse : Who, What, When, Where, Why et How (qui, quoi, quant, où, pourquoi et comment ?).

L'auteur doit toujours avoir en tête la proximité de son lecteur et les techniques d'écriture doivent répondre à cette préoccupation.





CHAPITRE 5 : PRÉPARER UN ARTICLE

Pour arriver à un texte (article, dossier...), l'auteur doit passer par différentes étapes. Même si certains auteurs proposent une démarche de rédaction professionnelle (Clerc, 1998)¹, il y a une véritable interdépendance de l'ensemble des étapes d'élaboration d'un article et des vas-et-vients entre les étapes.

1. SÉLECTIONNEZ L'INFORMATION

Quel que soit le genre de l'article (cf. chapitre 15), l'auteur doit **prévoir un temps pour rassembler les informations**, les documents y afférents. Pour une interview par exemple, l'auteur devrait en amont préparer quelques questions, un guide d'entretien. Pour un article statistique, l'auteur doit avoir une connaissance du thème, des actions dans le domaine, des données statistiques existantes, des rapports effectués. Il doit se concentrer sur l'article qu'il veut écrire en triant les informations dont il a besoin en fonction de l'angle qu'il choisit. Il est faux de croire que l'on connaît le sujet que l'on traite à travers une base de données. Si l'auteur écrit un article sur la fécondité à partir des données de l'état civil, il doit connaître son sujet au-delà des aspects proprement statistiques : le fonctionnement de l'état civil, ses acteurs, ses dysfonctionnements, le contexte dans lequel il évolue. Il est important pour l'auteur de se documenter avec les moyens classiques ou sur Internet, auprès de ses collègues ayant déjà travaillé sur le thème ou de spécialistes du domaine.

Il y a une phase préparatoire essentielle. Le statisticien, le démographe ou l'économiste ne doit pas se contenter d'une préparation minimale qui consiste souvent à : 1) consulter un grand nombre de tableaux et les analyser ; 2) calquer une version antérieure en mettant à jour les chiffres et en révisant les commentaires. Donner l'information nouvelle et s'informer sur les autres sources statistiques traitant du thème choisi par l'auteur, comparer les données avec d'autres pays sont des activités de documentation. Comme le souligne Daniel Temam : « ... le travail de documentation demande du temps et il n'est donc nullement besoin d'attendre le moment d'écrire pour s'y lancer... » (Temam, 2005, p. 39).

2. DONNEZ UNE NOUVELLE INFORMATION

Ce n'est pas parce que les opérations statistiques sont reproduites périodiquement qu'il faut reproduire le même article. Nos lecteurs ont besoin d'informations nouvelles. Si l'auteur a déjà écrit un article sur la consommation des ménages à partir d'une enquête effectuée il y a cinq (5) ans, la nouvelle enquête donne des informations nouvelles. **L'auteur doit mettre en avant ce que les chiffres apportent de nouveau.**

3. UTILISEZ D'AUTRES SOURCES

Dans l'introduction, la contrainte de la fiabilité des chiffres a été exposée. Nos chiffres sont parfois remis en question. Par conséquent, il est important de faire appel à d'autres sources qui donnent à l'auteur l'opportunité d'accroître l'intérêt de l'article et d'asseoir sa crédibilité.

1 Schéma sur les étapes de rédaction de Clerc disponible en annexe 1.

Il est possible d'effectuer des comparaisons avec les pays limitrophes ou d'autres pays du monde. L'auteur doit bien sûr faire attention aux différentes caractéristiques de l'information (champ recouvert, définition et concepts, période...).

4 FAITES UNE SYNTHÈSE

Une fois que l'auteur a développé une connaissance du thème à travers les documents sur le sujet (statistiques et autres, informations quantitatives et qualitatives) et qu'il a identifié d'autres sources (nationales et internationales), il effectue **une synthèse ou un bilan**. Il est important de réfléchir à tête reposée avant d'écrire et ceci toujours en se plaçant du côté du lecteur. La synthèse de tous les éléments rassemblés permettra à l'auteur **de dégager les idées essentielles** exprimées sous la forme de phrases complètes. L'auteur devrait toujours se poser la question : « *Qu'est-ce que je souhaite que les lecteurs retiennent en priorité ?* ».

Faire une synthèse et dégager les idées essentielles durant la phase de préparation possède quatre avantages :

- 1 Faciliter la production d'un texte structuré (expliquer, développer et illustrer les idées) ;
- 2 Faire ressortir les idées et faciliter la compréhension future des lecteurs ;
- 3 Faciliter le choix des illustrations (graphiques, tableaux et/ou cartes) qui accompagneront le texte ;
- 4 Identifier le plan (ordre des idées).

5 UNE PHASE DE PRÉ-ÉCRITURE

La construction d'un article nécessite **une pré-écriture** permettant de regrouper les informations par catégorie, les hiérarchiser et les enchaîner. L'auteur doit en premier lieu écrire une première version de son article le plus vite possible (dans une période courte et en y consacrant le moins de temps possible) sans chercher dans un premier temps à mettre en œuvre les principes qui vont être décrits dans la suite du présent manuel. Cette méthode a trois avantages : 1) écartier le blocage et la peur de la page blanche ; 2) gagner du temps (éviter de se préoccuper des principes) ; 3) éviter le découragement. Écrire une première version permet à l'auteur de voir que la mise en pratique des principes rédactionnels peut parfois avoir un effet limité en transformant substantiellement le texte.

Cette étape permet à l'auteur d'établir quelques idées principales. Une fois que l'idée est dessinée, l'auteur peut la présenter à ses collègues, à ses futurs lecteurs. **Cette phase d'échanges** permet de clarifier les idées et de les enrichir. Même s'il y a un auteur, ce dernier a toujours bénéficié des échanges avec ses proches et collègues. Cette étape permet un gain important : elle permet à l'auteur de clarifier les angles et le plan de l'article. Elle permet de faciliter le travail ultérieur d'écriture et constitue un premier draft de l'habillage (identifier les tableaux et graphiques qui illustreront les idées).

6 IDENTIFIEZ L'ANGLE DE L'ARTICLE (PERSPECTIVE POUR TRAITER LE SUJET)

Sachant que le lecteur obéit à des lois de proximité, que son temps est limité et que sa lecture est progressive, il faut d'abord choisir **un angle précis** pour chaque article : mettre l'essentiel au début. L'angle s'identifie en fonction du sujet de l'information et en répondant aux six (6) questions essentielles (les 6 W). La technique de la pyramide inversée est le premier élément



qui permet d'organiser un article de la manière la plus efficace pour être lu (idées et résultats d'une étude). Le deuxième élément structurant d'un article est ce que l'on appelle l'angle. **L'angle est la manière d'aborder un sujet**, il est une perspective de l'auteur pour traiter le sujet dans un choix de proximité.

Lorsque l'auteur cherche un angle, il doit se poser différentes questions : « *Quoi* », « *Comment* », « *Résultats* ». L'angle correspond au point de vue de l'auteur.

Dans les publications statistiques, l'angle prend souvent la forme de variables. Si l'on prend par exemple le thème du chômage, il y a différentes manières d'aborder l'angle du thème, soit par l'angle du genre (chômage selon le sexe), l'angle de la qualification, l'angle géographique, l'angle par secteur d'activité, l'angle selon l'âge... L'angle peut être général ou précis. Si vous regardez de près un article de journal, ce dernier est découpé en article/angle principal, articles/angles satellites et chaque petit article n'est consacré qu'à cet angle. **Il y a une règle de l'unité de l'angle dans un article**. L'auteur classe les angles de plus important au moins important. Enfin, il doit éviter de croiser les angles qui correspondent la plupart du temps à la double lecture d'un tableau en ligne et en colonne.

7 CONSTRUIRE UN PLAN

Avant de rédiger son article, il faut **choisir un plan**, c'est-à-dire déterminer l'ordre dans lequel les idées sont développées par l'auteur. Pour construire le plan d'un article, il faut mettre en avant les idées principales. Pour cela, il est recommandé de répondre à différentes questions : « *Quelle est la cible ?* » « *Quel est le contexte ?* » « *Quels seront mon angle et mon message ?* » et aux questions de la règle des six (6) W.

Pour Qui ? L'information à communiquer peut concerner une ou plusieurs personnes qui se caractérisent par différents aspects. Il peut s'agir du lecteur faisant partie du monde de la statistique, des collègues de travail, des partenaires au développement, etc. Il n'existe pas ou rarement d'enquête « lecteurs » au Niger pour qualifier les lecteurs.

Ensuite, la construction d'un plan de rédaction devrait prendre en compte le contexte : connaissance des lecteurs, principes de proximité à utiliser.

Qui ? Quoi ? Où ? L'auteur doit définir le sujet (l'évènement ou le fait), l'action ou la situation et le lieu, la date. Le plan de rédaction nécessite de définir son angle : l'auteur exprime le sujet et le titre de son article. Pour cela, il existe deux types d'angles : 1) l'angle évènementiel ; 2) l'angle prospectif (on met en avant une conséquence). Si on écrit une information à partir des résultats d'une enquête sur l'éducation, il est possible d'en parler sous l'angle politique (impact des projets en matière d'éducation), sous l'angle des enseignants, sous l'angle des élèves, sous l'angle des écoles, sous celui des parents d'élèves... Souvent le choix de l'angle s'effectue en fonction du message à faire passer. La construction du plan de l'article se base sur le message que l'INS veut faire passer.

On appelle « plan d'un texte », l'organisation et la structuration des éléments de contenu qui le composent, qu'il s'agisse d'informer ou de persuader. Un plan est indispensable à l'expression cohérente de la pensée et doit s'élaborer avec soin et de manière détaillée. Comme on le dit souvent, « le plan est la charpente de la pensée », ou encore « son ossature ». Le discours écrit est aussi un itinéraire que le plan détermine : il indique un point de départ et un point d'arrivée et précise quelles sont les étapes qui permettent d'aller de l'un à l'autre. Autrement dit, le plan donne un sens, une orientation au texte.

Bien qu'il existe des plans-types qui apparaissent comme des modèles, l'auteur doit les adapter au cas par cas, c'est-à-dire en fonction de la stratégie discursive qu'il désire mettre en œuvre. Il est possible de croiser plusieurs plans-types pour parvenir à un résultat satisfaisant. Le plan n'est pas du domaine du prêt-à-porter, mais du sur-mesure : c'est pourquoi un auteur ne reprend pas le plan de l'année précédente. Même si les sources de données sont reproduites à l'identique, les résultats parlants sont rarement identiques. Pour chaque article l'auteur doit extraire les idées et aspects les plus intéressants et adopter un plan.

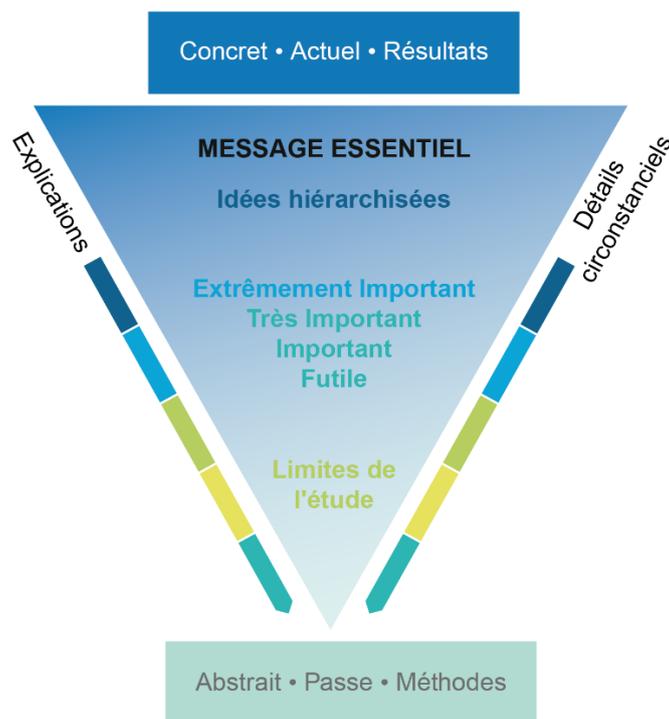
8 LA PYRAMIDE INVERSÉE : UN PRÉALABLE À LA CONSTITUTION D'UN ARTICLE

La première étape est de **mettre l'essentiel au début**, c'est respecter ce que l'on appelle dans le jargon journalistique **un plan en « pyramide inversée »**. Si l'on utilise le terme « inversée », c'est parce que la structure du texte part de plus intéressant au moins intéressant. L'ordre est inverse à celui couramment utilisé (école, université) et correspond également à l'inversion du travail du statisticien (du questionnaire aux résultats/idées en passant par l'enquête).

« Certains statisticiens ont tendance à les imiter [en parlant des égyptiens et de la construction des pyramides] quand ils rédigent un article : ce n'est qu'à la fin de leur texte qu'ils livrent le résultat ultime, le point final de leurs analyses de données, l'aboutissement de leur programmes SAS... » (Angel, 2006, p. 85). L'écriture d'un article est l'inverse d'un roman policier. Dans un roman policier nous préférons attendre la fin du livre avant de savoir qui est le meurtrier (plaisir du suspense). Pour le romancier, cette méthode est efficace car elle permet de brouiller les pistes.

Pour les statisticiens, l'efficacité de l'écriture, c'est donner tout de suite l'information au lecteur. Il faut généralement faire au plus court (article de quatre pages de préférence) pour privilégier le résultat par rapport à la méthode. Parmi les résultats, l'actuel par rapport au passé, le concret par rapport à l'abstrait, l'inattendu par rapport au connu.

Figure 2 : La pyramide inversée





Il ne faut pas non plus suivre l'ordre du questionnaire, les nomenclatures. Les questionnaires ont été élaborés en fonction de certains aspects techniques (représentativité de l'échantillon, questions filtres, variables de contrôle). Il en est de même pour les nomenclatures pour lesquels l'ordre des postes a été mis en place pour des considérations spécifiques. L'ordre des documents de collecte ne correspond pas à l'ordre d'intérêt des résultats.

Il ne faut jamais commencer par la méthodologie, même si c'est une activité qui a nécessité beaucoup de temps de la part du statisticien. Commencer un article par le rappel de la méthodologie risque d'aboutir à l'abandon du lecteur. Dans le schéma de la pyramide inversée, la méthodologie est décrite après les résultats (notions utilisées, source d'information, taille de l'échantillon...) et fait souvent l'objet d'un encadré. De cette façon, elle sera en pratique davantage lue par les lecteurs.

Dans le schéma de la pyramide inversée, les autres messages (idées ou résultats) sont présentés par ordre décroissant d'importance. **Les messages et les idées sont hiérarchisés.** Le message essentiel et les autres idées (hiérarchisées de la plus importante à la moins importante) vont composer le corps de l'article. De cette façon, l'auteur donne le plus important pour arriver à l'accessoire. Pour décrire, il part de l'ensemble pour arriver au particulier et pour expliquer il fait simple pour arriver au compliqué. Dès le début de la phase on doit préciser : le temps, l'espace, la structure, le connecteur argumentatif. Cette méthode est souvent employée dans le journal « *Le Monde* » qui se caractérise d'abord par des annonces, puis une dépêche, puis des articles.

9 L'ARTICLE « IDÉAL » : UN EMPILEMENT DE PYRAMIDES INVERSÉES

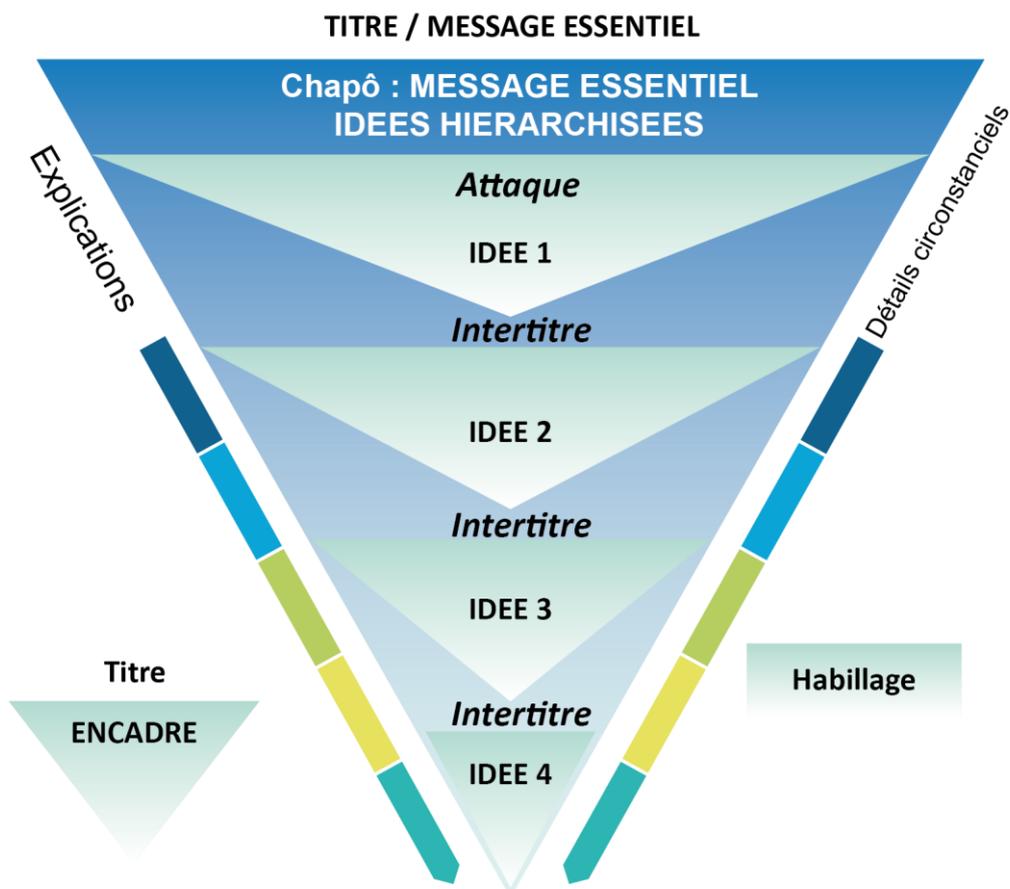
La notion d'angle peut être mise en œuvre à un niveau plus fin. A partir d'une enquête, il est possible par exemple de considérer les logements sous l'angle du confort de l'habitat, de l'accession à la propriété, du logement collectif, des conditions financières (loyers)... Au-delà de cet aspect, **chaque angle peut être lui-même décomposé en sous-angles** : par exemple, le confort peut être abordé sous l'angle du nombre de m² par personne, du type de toilette, du nombre de sanitaire, de l'accession à l'eau potable, etc. Il est ensuite possible de croiser les angles avec d'autres thématiques : logement avec revenu du ménage...

La notion d'angle apparaît à chaque niveau de la rédaction : plan général, ordre des parties de l'article, construction des paragraphes. Un article « correctement » construit se compose d'une succession d'angles, par ordre décroissant d'intérêt, présentés sous forme de pyramides inversées.

Dès lors, l'article « idéal » est une succession de pyramides inversées, rythmées par des intertitres (lesquels font parties de l'habillage d'un article) et sans aller-retour. Cette succession de pyramides montre que le principe de l'angle et du message essentiel s'applique à tous les niveaux du texte : global, partie, paragraphe, mais aussi phrase.

Il existe une grande différence quantitative avec la presse : un article de journal représente deux à trois feuillets, soit deux à trois fois 1 500 signes. Un quatre pages, sans les illustrations, c'est plus de 12 000 signes : il y a plus de « matière » et pas de moyen de la découper en autant de petits articles. Cette succession de pyramides permet de répondre à cette difficulté : les pyramides représentent une succession de résultats hiérarchisés, ce qui permet, si le texte est trop long, de couper la fin qui est alors le moins important. Sur la figure n°3, la suppression de la quatrième pyramide inversée ne devrait apporter aucune modification à l'information.

Figure 3 : La succession de pyramides inversées



Le principe de la pyramide inversée s’effectue de la même manière dans la phrase. L’auteur commence par le résultat, poursuit par les arguments et l’explication et termine par la source comme si ce dernier respectait la déclinaison « **Quoi – Pourquoi – Comment** ».

x *Des données rétrospectives de revenu par âge et génération sont couplées avec les résultats d’un modèle de simulation du système de retraite pour retracer des trajectoires longues de niveau de vie par cohorte, pour discuter l’existence de phénomènes de générations « favorisées » et pour analyser les conséquences par âge et génération de différents scénarios de réforme des retraites.*

L’exemple ci-dessous est difficilement compréhensible et le schéma de pyramide inversée n’est pas respecté. Le lecteur n’est pas accroché et la probabilité qu’il retienne l’idée essentielle est faible. La proposition ci-dessous prend en compte le schéma de la pyramide inversée.

✓ *Y a-t-il des générations « favorisées » en termes de niveau de vie, à la fois pendant leur activité, puis, pendant leur retraite ? Quelles sont les conséquences, par âge et par génération, des différents scénarios de réforme des retraites ? Comment retracer des trajectoires longues de niveau de vie par cohorte ? Pour répondre à ces questions, nous avons couplé des données rétrospectives de revenu par âge et génération avec les résultats d’un modèle de simulation du système de retraite.*



10 LE PLAN DE LA PYRAMIDE DE BARBARA MINTO

Barbara Minto a développé une série de conseils sur la meilleure méthode pour écrire selon une démarche purement logique (Minto, 2002). La pyramide de Barbara Minto est une technique de pensée et de communication structurée de façon hiérarchique. Il s'agit d'une technique qui se concentre sur la structure de l'argumentation, sur le processus de pensée qui précède l'écriture. Cette méthode se base sur des arbres logiques ou arbres d'argumentation pour organiser par écrit son raisonnement.

Le sujet est introduit selon un schéma narratif précis : situation, complication, question et réponse. Selon Barbara Minto, ces quatre (4) composants permettent à l'auteur et à ses lecteurs de se placer sur une même perspective et de disposer des mêmes éléments d'appréciation. L'information peut être présentée de deux manières, de façon déductive ou inductive. Un raisonnement déductif débute par une prémisse ou une théorie qui, appliquée à la réalité, aboutit à une conclusion générale. Le raisonnement inductif part de l'observation de la réalité pour aboutir à une inférence puis à une théorie générale. Selon Barbara Minto, il est préférable de rédiger l'article selon une structure pyramidale de raisonnement inductif et d'utiliser les arguments déductifs uniquement dans certains cas. La pyramide est construite par hiérarchisation des arguments selon les niveaux d'abstraction : l'essentiel étant que toutes les idées situées à un niveau doivent résumer les idées ou arguments situés immédiatement en dessous.

Le regroupement des idées s'effectue selon leur nature ou leur catégorie. A partir du raisonnement inductif, il existe trois catégories d'arguments possibles :

- 1 **Chronologique.** Les arguments sont présentés chronologiquement en fonction de leur survenance dans le temps ;
- 2 **Structurel.** Les arguments sont présentés en fonction de leur nature ou leur spécificité ;
- 3 **Hiérarchique.** Les arguments sont exposés par ordre d'importance, du plus important au moins important.

Il existe des logiciels (MindManager ou MindGenius) permettant de construire une pyramide de Barbara Minto et d'organiser et créer des liens entre vos arguments. Bien que nécessitant un investissement, ces applications permettent de faciliter le processus rédactionnel.

11 LES AUTRES TYPES DE PLANS

La construction d'un plan selon la pyramide inversée est la plus recommandée. Cependant certaines critiques peuvent être faites sur cette méthode. La pyramide inversée et la règle des 6 W sont presque les seules règles qui ont été formalisées dans les écoles de journalisme lorsque l'on parle de la structure et du contenu d'un article. Ces règles (de plus de 50 ans) ne s'appliquent pas toujours. Labasse (Labasse, 2002) a relevé leur principal défaut qu'il nomme la « préséance de l'essentiel » aboutissant à trois erreurs :

- 4 Historique, car le plan de la pyramide inversée ne suit pas la chronologie des événements qui reste un moyen de comprendre un texte ;
- 5 Didactique, car le plan de la pyramide inversée conduit à rédiger des énumérations factuelles qui n'ont pas toujours de lien de causalité ;
- 6 Psychologique car le plan impose une rationalité au lecteur.

En résumé la pyramide inversée présente les faits de l'information en répondant aux 6 W sans se poser la question si le lecteur lui-même se les pose réellement. Quoiqu'il en soit, il s'agit d'une bonne méthode d'enquête car elle permet à l'auteur de formaliser son message, de hiérarchiser l'information et de ne rien omettre. Il existe d'autres types de plans qui disposent d'avantages comme d'inconvénients.

11.1 LE PLAN CHRONOLOGIQUE

Le plan chronologique consiste à rapporter les faits dans l'ordre dans lesquels ils sont arrivés dans le temps. Cette méthode est naturelle, mais très peu utilisée : le message essentiel est noyé dans le corps de l'article. On utilise ce plan lorsque le sujet de l'information est simple, qu'il n'y a pas beaucoup d'enjeux et d'étapes. Ce type de plan est fortement déconseillé lorsqu'une information importante est à faire passer. Beaucoup de statisticiens suivent ce plan lorsqu'il s'agit de faire un rapport sur une enquête (contexte, objectifs, échantillonnage, collecte, traitement et analyse), mais les résultats ne sont pas mis en avant, ce qui réduit considérablement l'intérêt même de l'enquête. Ce type de plan a l'avantage d'être simple à écrire et à lire, mais dispose de l'inconvénient de jouer contre la loi de proximité temporelle puisque l'on commence par le futur lointain pour arriver au présent ou au passé. L'utilisation de ce plan dans un article décourage souvent le lecteur à continuer.

11.2 LE PLAN CHRONOLOGIQUE INVERSÉ OU « FLASH BACK »

Ce plan commence par le plus récent censé intéresser davantage le lecteur pour remonter aux origines de l'événement. L'intérêt est donc de faire entrer le lecteur dans le vif du sujet. Cependant ce type de plan introduit une perte de hiérarchie dans l'information. Cette technique se justifie dans le cas où les conséquences des événements sont plus importantes sur le déroulement des événements.

11.3 LE PLAN CHRONOLOGIQUE MIXTE

Ce type de plan s'inspire du plan chronologique et de plan chronologique inversé en prenant en compte les avantages de ces derniers. On tire l'information du présent et on établit une hiérarchie dans les étapes importantes de l'information. Ce type de plan garanti une lecture vivante si la technique est bien maîtrisée.

11.4 LE PLAN DIALECTIQUE

Le plan dialectique est connu des universitaires puisqu'il s'agit du plan « thèse-antithèse-synthèse ». Ce plan est très bien du point de vue intellectuel pour celui qui le rédige, mais il n'est pas conseillé pour l'intérêt du lecteur. En effet, la synthèse reste la partie la plus intéressante, mais apparaît en dernier. Il faut parfois que le lecteur soit patient et courageux pour aller jusqu'à la synthèse.

11.5 LE PLAN DÉMONSTRATIF

Lorsqu'un article est basé sur le plan démonstratif, il apparaît comme une thèse. Le rédacteur expose ses arguments et ceux qui sont contradictoires. Ces arguments seront mis à bas par l'auteur. Ce type de plan est utilisé lorsque l'auteur écrit un texte argumentaire, comme un texte d'opinion ou un texte polémique. Ce plan pourrait être utilisé par un statisticien en cas de polémique sur un indicateur statistique différent entre deux sources. Ce type de plan est



dynamique, mais il n'est pas fait pour des articles purement informatifs.

11.6 LE PLAN ÉNUMÉRATIF

Dans un plan énumératif, les informations importantes sont regroupées dans des paragraphes souvent séparés par des intertitres. Ce type de plan est utilisé pour un exposé ou une note de travail, un compte rendu. L'avantage de ce type de plan est que le lecteur peut aller directement à la partie qui l'intéresse. En revanche, le lecteur peut se noyer dans les détails et ne pas trouver le message essentiel.

11.7 LE PLAN DESCRIPTIF OU ANALYTIQUE

Ce plan est utilisé pour faire le tour d'un problème : situation, causes, conséquences, solutions. Il correspond à une note de synthèse et son inconvénient réside dans la difficulté de lecture introduite par le manque de hiérarchisation puisque tout est mis à plat.

Les principes qui président pour une bonne construction d'un texte et qui lui donne une structure efficace sont les lois de proximité, le schéma de la pyramide inversée, l'angle et l'empilement des pyramides inversées.

« Le plan est la charpente de la pensée, son ossature. »





CHAPITRE 6 : MÉCANISMES DE LISIBILITÉ

Avant d'écrire, il faut se préparer, formuler ses idées par écrit, répondre aux différentes questions : *quoi, ou, quand, comment pourquoi, pour quoi, avec quelles conséquences*. Il faut que l'auteur puisse savoir quels sont le thème, la thèse et l'angle, la réponse proposée, le contexte. Il doit ensuite sélectionner et hiérarchiser ses idées. Lorsque l'auteur commence à rédiger, il utilise de préférence le plan de la pyramide inversé et respecte les principes de proximité. Etant donné que l'auteur doit toujours se mettre à la place du lecteur, il est important qu'il comprenne **les mécanismes pour améliorer la lisibilité**.

Il existe de nombreux travaux linguistiques sur les critères de lisibilité, certains aspects essentiels seront abordés en particulier sur la mémorisation au niveau des phrases et du vocabulaire. Les principes de lisibilité concernent aussi bien la syntaxe (longueur et complexité des phrases) que la sémantique. Certains principes seront également évoqués à travers l'habillage (choix des caractères, taille et police...).

1 LA MÉMORISATION

Une fois que l'article est structuré avec les techniques précédemment présentées, l'auteur doit analyser les caractéristiques des phrases et des mots qui le composent. Tout en se plaçant du côté du lecteur, l'auteur répond à la question suivante : « *Comment lit-on ?* ».

Il y a des mécanismes de la mémorisation immédiate qui soutiennent la lecture et différents niveaux de mémoire dans le mécanisme de lecture. Il y a tout d'abord **la perception visuelle ou empan visuel** où la présence de mots connus permet leur anticipation. Certains linguistes (Miller, cité dans Labasse, 1999) parlent de l'empan visuel qui est la capacité de mémorisation de sept (7) éléments en moyenne (lettre ou chiffre). L'empan visuel correspond au nombre de caractères que l'œil peut lire en une seule fixation. Cette capacité varie d'un lecteur à l'autre, mais le lecteur peut avoir mémorisé sans pour autant avoir compris. **La mémoire à court terme ou mémoire de travail** a une capacité d'afficher de 7 à 10 mots qui sont retenus pendant plusieurs secondes. Ensuite **la mémoire cognitive** (mémoire un peu plus profonde) peut être comparée selon la théorie de langage comme le couple *signifiant/signifié*. Ce deuxième niveau de mémoire est très lié à la mémoire de travail. Enfin, il y a **la mémoire affective** qui est couplé à la mémoire cognitive et qui fonctionne à un niveau inconscient. Cette dernière produit des « images » mentales. Dans le mécanisme de mémorisation, il existe d'autres types de facteurs qui sont liés au lecteur (en fonction de ses expériences) et qui sont de nature cognitive. Certains de ces mécanismes sont parfois évidents, mais leur prise en compte dépend de l'efficacité de rédaction de l'auteur. Cette efficacité se mesure par la capacité de transmission de l'information. Dans les exemples qui suivent, le lecteur a des difficultés à retenir ce que l'auteur cherche à expliquer.

x

S'il existe un goût des salariés pour un profil de rémunération croissant avec l'âge, caractéristique observée par maints acteurs du débat social, leur fidélisation pourrait même se faire avec une baisse du salaire « permanent » versé par rapport à une situation où le revenu serait constant sur l'ensemble de la période couverte par le contrat.

En réalité, il y a deux idées importantes qui doivent ressortir.



Les salariés préfèrent que leur rémunération augmente avec l'âge. Sur une période donnée, ils pourraient accepter une rémunération croissante même si au total ils touchent moins qu'en percevant une rémunération constante.

L'exemple ci-dessous est difficilement compréhensible et le schéma de la pyramide inversée n'est pas respecté. Le lecteur n'est pas accroché et la probabilité qu'il retienne l'idée essentielle est faible. La proposition ci-dessous prend en compte le schéma de la pyramide inversée.



L'analyse des migrations résidentielles montre que la mobilité des cadres s'analyse moins comme une résultante de leur appartenance sociale qu'en liaison avec leur situation familiale à savoir un couple d'actifs avec des enfants.



La mobilité résidentielle des cadres actifs ayant des enfants résulte avant tout de leur situation familiale.

Ce second exemple montre à quel point le nombre de mots que nous retenons est limité : notre mémorisation immédiate qui permet la lecture est vite saturée. A titre informatif, la mémorisation moyenne est de 12 à 15 mots sachant que la première partie d'une phrase est mieux mémorisée que la seconde.

Tableau 1 : La mémorisation

Nombre de mots par phrase	Message entier retenue à ...	Première moitié retenue à ...	Deuxième moitié retenue à ...
12	100 %	100 %	100 %
13	90 %	95 %	85 %
17	70 %	90 %	50 %
24	50 %	70 %	30 %
40	30 %	50 %	10 %

Source : CFPJ à Paris.

Alors qu'une phrase de 12 mots est complètement retenue (100 %), la deuxième partie d'une phrase de 17 mots ne sera retenue qu'à 50 %, soit la limite pour la compréhension de l'information. Les expériences sur la lisibilité et la mémoire montrent qu'il faut condamner les phrases de 50 mots, 60 mots ou plus. Si les lecteurs doivent relire chaque phrase pour essayer de la comprendre, il est certain qu'ils abandonneront la lecture. Il est recommandé d'effectuer des phrases courtes afin de faciliter la compréhension du lecteur avec une alternance de phrases un peu plus longue (mais n'excédant jamais plus de 40 mots).

La mémorisation est une fonction décroissante quasi-linéaire du nombre de mots dans la phrase. La première partie d'une phrase est toujours mieux mémorisée que la seconde. Enfin, nous mémorisons mieux lorsque le nombre de mots d'une phrase se situe autour de 12 mots.



2 LE PROCESSUS DE COMPRÉHENSION

Lorsqu'il prépare un article, l'auteur doit sélectionner les informations selon le principe de pertinence (Sperber & Wilson, 1989). D'une façon simpliste, le processus de traitement de l'information et de compréhension demande au lecteur un effort mental. Ce dernier produit un effet cognitif. Plus ce dernier est important, plus l'information sera pertinente et inversement plus l'information demande un effort de compréhension, moins elle sera pertinente. En résumé, l'auteur doit adapter son information en fonction du contexte de son lectorat.

Lorsque l'auteur veut faire passer de l'information statistique, il doit se garder de faire de la littérature : un message essentiel par article et une information par phrase. Le premier critère qui rend un texte efficace est sa lisibilité.

3 LA LISIBILITÉ DANS LA PHRASE

La lisibilité est l'aptitude d'un texte à être lu rapidement, compris aisément et bien mémorisé. La lecture fonctionne avec une « mémoire-tampon ». On lit une courte séquence de signes (« fenêtre »), on la mémorise le temps de lire une autre séquence de signes et de comprendre l'ensemble. Puis la première séquence est effacée et remplacée par la suivante et ainsi de suite, le tout en moins d'une seconde. **Il est donc nécessaire d'écrire des phrases simples et courtes.** Il n'est pas souhaitable d'écrire toujours des phrases courtes, d'une part parce que le rythme du texte serait monotone et d'autre part parce que cela n'est pas faisable. Il faut néanmoins impérativement mettre le message essentiel d'une phrase au début (exactement comme pour un texte : c'est aussi la pyramide inversée). Enfin il y a une règle importante pour la lisibilité, **l'ordre dans la phrase.**



De l'homme parvenue se doit la science impliquée par accomplissement implicite résultats démarche essentiel est certain état.

En français, la suite logique intériorisée est **sujet – verbe – complément**. Le désordre des mots dans l'exemple ci-dessus nuit à la lecture : à la fois à la mémorisation des mots et à la compréhension du sens de la phrase. Cela paraît évident et pourtant personne ne respecte spontanément cette structure simple : nous bouleversons cet ordre (phrase sans verbe, inversion du sujet...). Cet ordre permet pourtant la compréhension et la mémorisation de l'information : il est en soi vecteur de sens. Il faut noter que cet ordre ou suite de mots n'est pas universelle et dépend des langues (allemand, anglais...).



Il apparaît tout d'abord que, en particulier dans un contexte de limitation du passif du budget de l'État due pour l'essentiel aux contraintes liées à l'émergence de l'Union économique et monétaire, il est probable que ne puisse intervenir la décélération du nombre de DEFM avant un délai de plusieurs mois.

Dans cet exemple, il n'y a aucune transparence, la compréhension est difficile. La phrase est trop longue, il y a des mots inutiles, des verbes faibles (tournures impersonnelles), une utilisation d'un jargon et de mots abstraits. Tous ces éléments de constitution de la phrase sont des obstacles à une mémorisation facile. Cela souligne la nécessité d'appliquer rigoureusement les règles de lisibilité des mots (phrase courte et ordre logique de la phrase).



L'augmentation du chômage ne va pas faiblir avant plusieurs mois, faute de moyens budgétaires. En effet, la mise en place de l'Union économique et monétaire impose de réduire le déficit du budget.

La phrase la mieux assimilée est une phrase courte de 12 mots à 13 mots en moyenne qui comprend **l'essentiel au début**. La phrase journalistique est **simple** (structure de la phrase la plus scolaire possible) et **de forme active**. Généralement, elle est **sans incise**¹, c'est-à-dire qu'elle ne comporte pas une considération de plus. Enfin, la « bonne phrase » est **au présent**. Le présent permet de mettre le lecteur et le rédacteur au même niveau spatio-temporel. Par exemple la longueur moyenne des phrases de De Gaulle dans l'appel du 18 juin est de 14 mots en moyenne, celle de Descartes dans le discours de la méthode est de 78 mots.

L'auteur ne doit pas tomber dans l'excès, c'est-à-dire rédiger des phrases trop courtes qui rendraient le texte illisible. L'auteur doit comprendre que les phrases longues sont également lisibles à condition qu'elles soient rythmées, bien découpées et caractérisées par un vocabulaire simple. Enfin, l'auteur ne doit pas structurer toutes les phrases de la même manière, c'est-à-dire qu'il ne doit pas tomber dans la répétition. Il doit pour cela utiliser des ruptures ou des accélérations afin de dynamiser la lecture.

4 LA LISIBILITÉ DANS LE VOCABULAIRE

Lire c'est d'abord photographier (mots courts), c'est ensuite reconnaître (ce qui suppose un vocabulaire adapté à son public), et enfin c'est comprendre (par l'utilisation de mots actifs, concrets, de mots « images »). Tout comme le principe de mémorisation, le lecteur enregistre mieux les mots courts. **Statistiquement, les mots difficiles à retenir comptent plus de 10 lettres et 3 syllabes au plus**. Il est recommandé de remplacer ces mots par des mots équivalents et plus courts. Par exemple « trop » est mieux que « excessivement ».



La double marginalisation est la conséquence d'une externalité verticale entre l'innovateur et le licencié

Pour améliorer la compréhension de nos écrits, il est donc nécessaire de faire des phrases courtes, des mots courts et concrets, des structures simples en gardant le message essentiel au début. Cela signifie qu'il faut généralement faire une idée par phrase, mais une idée exprimée simplement. Les mots inconnus sont des obstacles à la compréhension de chaque phrase. Le vocabulaire de base varie entre 500 et 7 000 mots selon le contexte.

Il faut écrire court, mais aussi concret. Lorsque l'auteur utilise des mots concrets et connus des lecteurs, il touche à l'émotivité, au vécu et à l'expérience. Par exemple, il vaut mieux utiliser « achat » que « acquisition ». **Ainsi les mots les plus simples sont les mots les plus efficaces.** Il faut proscrire le jargon, les mots étrangers, les mots archaïques, les néologismes, les noms propres, les mots techniques ou savants. Lorsque le lecteur reconnaît les mots, il est rassuré. Enfin les mots doivent être précis pour faire passer l'information. Par exemple le mot « évoluer » reste général, car il existe différente façon d'évoluer. Il est donc important de rechercher une équivalence sémantique précise au-delà d'une recherche de simples synonymes, telle que « augmenter », « diminuer ».

¹ Proposition indépendante insérée dans une phrase, entre virgules ou tirets ou parenthèses, et qui forme un sens partiel.



Dans le cadre du processus de lecture, le lecteur mémorise un mot. Il fixe ce dernier et fait appel non pas uniquement à l'identification du mot, mais à un dictionnaire de mots connus. Si le mot n'est pas dans ce dictionnaire (peu probable d'être connu), il peut être remplacé par un autre visuellement proche. Le mot n'étant pas le bon, le lecteur devra effectuer une « régression oculaire », c'est-à-dire qu'il devra revenir sur le mot pour l'identifier exactement. Ce principe (Sperber & Wilson, 1989) rappelle que la lecture rapide est freinée par la capacité maximale du système de perception humain et la capacité de la mémoire à court terme.

5 DES FORMULES POUR CALCULER LA LISIBILITÉ D'UN TEXTE

Compte tenu de notre domaine de travail (statistique), il peut être intéressant de mettre en avant les travaux de certains chercheurs ayant travaillé sur les paramètres de la lisibilité et proposé des **formules pour mesurer le degré de lisibilité d'un texte**. Les formules de lisibilité les plus connues sont pour la langue française celle de Georges Henry (1975) ou de De Landsheere (1963, 1978). La plupart des recherches ont été inspirées par des auteurs américains tels que Dal et Chall (1948), Flesch (1948), Gunning (1968), Taylor (1953), Chall (1995), Fry (1968). Il existe quelques 200 formules pour évaluer le degré de lisibilité d'un texte, mais il faut cependant rester prudent car ces travaux ne prennent pas en compte le sens réel du texte ou l'intelligibilité total d'un article. En effet, l'intelligibilité d'un texte peut être traité sur l'aspect micro-structurel (composants du texte : mots et phrases), mais également sur l'aspect macro-structurel (lien entre les idées) et super-structurel (mise en évidence de l'information, habillage) (Préfontaine & Lecavalier, 1996a, 1996b). Les indices suivants concernent le niveau micro-structurel.

5.1 L'INDICE DE GUNNING

Inventé dans les années 1950 par le linguiste américain Rober Gunning, l'indice de facilité de lecture permet de mesurer le degré de lisibilité d'un texte. La lisibilité repose essentiellement sur la longueur des phrases et des mots. Sa formule est simple :

$$\text{Lisibilité} = (L + M) \times 0,4$$

Où L est le nombre moyen de mots par phrase et M le pourcentage de mots de plus de trois syllabes.

L'indicateur permet d'établir une correspondance entre le niveau de difficulté d'un texte et le niveau scolaire américain moyen. Un texte qui serait facile à comprendre pour un large public aurait un indice de moins de 6. Entre 8 et 10, le texte serait compris par environ 60 % d'un public large. Entre 10 et 12, le texte serait compris par 40 % des lecteurs et au-delà de 12 par 5 %.

Tableau 2 : Indice de Gunning pour les écrits francophones

<i>Gunning Fog</i>	<i>Type d'écrit</i>
8-9	Littérature junior et ado, Paris Match, Elle
10-11	Télérama, Libération
14-15	Le Monde Diplomatique, L'Express
16-17	Rapports parlementaires
17-18	Article universitaire
22 et plus	Directives européennes

Etant donné que cet indice a été élaboré à partir de mots anglais et que le taux de répétition de l'anglais est inférieur à celui du français, il est recommandé de prendre les mots de 4 syllabes et plus au lieu de 3 syllabes. Philip Chalmers montre ainsi les indices Gunning Fog pour les types d'écrits francophones

Il existe également des outils disponibles sur le net vous permettant d'effectuer le calcul de l'indice

Exemple : <http://textalyser.net/>, <http://www.nlpmax.com/Tests/FogIndex.aspx>, <http://simbon.madpage.com/Fog/>.

5.2 L'INDICE DE FLESCH

Tableau 3 : Indice de facilité de lecture

Facilité de lecture	Niveau de lecture	Exemple de texte	Exemple de lecteurs
0 à 30	Très difficile	revues scientifiques	études supérieures
30 à 50	Assez difficile	revues académiques	1 ^{ère} année d'université
50 à 60	Assez difficile	revues de vulgarisation	baccalauréat
60 à 70	Moyen	romans de gare	baccalauréat
70 à 80	Assez facile	revues type "Elle"	baccalauréat
80 à 90	Facile	revues type "Nous deux"	études primaires
90 à 100	Très Facile	bandes dessinées	études primaires

Tableau 4 : Indice d'intérêt humain

Intérêt humain	Style perçu	Exemple de texte
0 à 10	Ennuyeux et ardu	Revue scientifique
10 à 20	Assez intéressant	Magazines
20 à 40	Intéressant	Quotidiens
40 à 60	Très intéressant	Type « digest »
60 à 100	Captivant	Romans de gare

Selon Gunning, la lisibilité repose essentiellement sur la longueur des phrases et des mots. La mesure de la lisibilité la plus connue est celle de Flesch (1951) dont un essai d'application à la langue française fut réalisé par G. de Landsheere de l'université de Liège. Flesch utilise deux indices quantitatifs de la lisibilité calculés sur des échantillons de cent mots : 1) la facilité de lecture qui permet de prévoir les lecteurs potentiels ; 2) l'intérêt humain qui donne l'idée du style sous l'angle de la volonté de communiquer.

Indice de facilité de lecture

$$206,835 - (0,85 \times W - (1,015 \times S))$$

Où W est le nombre moyen de syllabes pour cent mots
 Ou S est la longueur moyenne des phrases en mots

Indice d'intérêt humain

$$(3,64 \times W) + (0,31 \times S)$$

Où W est le pourcentage de mots personnels (impliquant une relation avec le destinataire : pronoms, noms, mots désignant les êtres humains etc.)
 Où S est le pourcentage de phrases personnelles en style direct intérêt humain.

L'indice de Flesch possède 3 avantages. Premièrement, il prend en compte le premier niveau de mémorisation : mémoire immédiate où les mots sont conservés un instant pour comprendre l'idée de l'auteur (l'empan). Deuxièmement, il prend en compte le choix du vocabulaire (nombre de syllabes). Troisièmement, il prend en compte la fonction phatique (intérêt humain).



Tout comme l'indice de Gunning, l'indice de Flesch ne mesurent pas un certain nombre d'éléments de lisibilité ou plutôt d'intelligibilité tels que la difficulté des concepts recouverts en particulier par des mots courts, la différence entre les termes concrets et peu connus et les termes abstraits longs mais connus (par exemple, le mot « administration »). Ensuite ces indices ne prennent pas en compte le thème, son intérêt, la structure de l'article, l'habillage et la présentation. Les indices calculent donc la lisibilité au niveau de l'aspect matériel mais ne peuvent en aucun être le reflet de l'intérêt véritable du texte.

Cependant, deux phrases ayant la même structure syntaxique, syllabique et le même nombre de caractères peuvent avoir le même indice de lisibilité, mais un niveau de compréhension totalement différent.

5.3 L'INDICE DE TAYLOR

Wilson L. Taylor (1953) s'est inspiré de la Gestaltpsychologie pour bâtir un nouveau test de lisibilité. Ce test permet de mesurer la facilité de lecture des phrases indépendamment de la longueur des mots. Le caractère concret et abstrait des mots n'entre donc plus en ligne de compte. Les phrases écrites correspondent à l'utilisation d'un certain nombre de modèles qui permettent au lecteur une anticipation continue du message. Les linguistes ont constaté que c'était particulièrement vrai en français où les structures sont relativement rigides.

On peut donc prendre un texte et supprimer un mot tous les dix ou vingt mots et faire reconstituer le texte par un groupe de lecteur habitué de ce genre d'écrit. Le coefficient de réussite peut permettre de mesurer globalement l'influence de toute une série de facteurs : choix des mots, niveau d'abstraction, construction de phrases etc. Cependant, cette méthode est lourde, car il faut constituer des groupes de travail.

Les logiciels que nous utilisons souvent comportent des fonctions annexes. L'utilisation de ces dernières est parfois suffisante pour repérer les phrases longues. **Word permet justement d'effectuer ce repérage** et l'auteur peut choisir le seuil à partir duquel une phrase sera repérée comme longue. Il est conseillé d'utiliser un seuil de 25 mots (Temam, 2008). Le logiciel Word à travers le correcteur grammatical signale également les phrases longues.

Toutes ces règles de lisibilité (mémorisation, lisibilité dans la phrase et le vocabulaire) vont servir dans la rédaction, elles vont guider notre manière d'écrire afin d'être efficace dans la transmission des informations.





CHAPITRE 7 : L'ÉCRITURE

Il existe différents styles d'écritures. Le style employé est en relation directe avec les lecteurs visés : on n'écrit pas de la même manière pour une publication d'une banque ou d'une association sportive. **Une écriture de communication se caractérise par le choix de messages clairs, un langage simple, direct et un vocabulaire accessible.**

Chaque groupe social a un vocabulaire particulier. C'est le cas des statisticiens qui parlent de pondération, d'apurement, d'extrapolation... Afin de permettre aux lecteurs de comprendre ce que l'auteur écrit, il importe d'utiliser **un langage commun à tous**. Pour cela, il faut toujours ne rien tenir pour acquis (expliquer, fournir des éléments de compréhension).

Pour écrire des phrases courtes et n'y mettre qu'une seule idée, il est nécessaire de supprimer les enchâssements (on n'écrit pas comme l'on pense). Il faut varier la longueur des paragraphes en évitant de faire des paragraphes trop long ou trop court. Il faut dynamiser le texte par des ruptures de rythmes (phrases un peu plus longues).

1 METTEZ UNE IDÉE PAR PHRASE

Conformément au principe de lisibilité, **il faut se contraindre à mettre une idée par phrase**. Lorsque l'auteur écrit plusieurs idées dans une même phrase, le lecteur est le plus souvent obligé de procéder à une seconde lecture. Cet effort supplémentaire risque de le faire abandonner la lecture. Pour cela, l'auteur doit repérer les phrases longues, voir si ces dernières contiennent plusieurs idées et procéder à la séparation des idées en plusieurs phrases. Les phrases comportant plusieurs idées sont souvent celles qui se caractérisent par la volonté de l'auteur à rester neutre, mais les lecteurs saisiront mieux l'idée et les nuances si ces dernières constituent des phrases séparées.

L'auteur doit cependant **varier la longueur des phrases**. L'application de ce principe rédactionnel est difficile à mettre en œuvre car de nombreux auteurs aiment les phrases complexes et longues. Cependant ces dernières ne sont pas adaptées à des publications et des diffusions auprès d'un large public. Ce n'est pas parce que l'auteur comprend sa phrase que le lecteur va la saisir. Cette remise en question est difficile, mais nécessaire si l'on veut être lu.

2 EVITEZ LES ENCHÂSSEMENTS

Ecrire, c'est traduire une pensée sur le papier. Comme c'est le cas pour toute traduction, il faut adapter cette pensée. Lorsque l'on pense, une idée en appelle une autre et ainsi de suite. Ce phénomène se remarque lorsque l'on est dans une conversation et que l'on ne sait plus où on voulait en venir. Mais si votre interlocuteur peut vous aider à reprendre le fil de votre pensée, à l'écrit il n'y a personne pour le faire : il faut que ce soit exact dès la première prise car le lecteur a peu de temps à nous consacrer. Il faut lui faciliter la tâche en **supprimant les enchâssements**, ces idées qui se raccrochent les unes aux autres sans autre raison que le vagabondage de l'esprit de l'auteur.

Concrètement, ces enchâssements se manifestent sous la forme de propositions relatives, d'incidentes, introduites par des « qui », des « dont », des « malgré », etc., ou pire, des parenthèses ou tirets.

x

En dépit des crises financières qui ont touché de nombreux pays émergents à partir de l'été 1997 et qui se sont poursuivies tout au long de l'année 1998, affectant même temporairement les marchés financiers des grands pays industrialisés, les investissements directs internationaux – devenus l'un des principaux vecteurs de la mondialisation économique depuis le milieu de la décennie quatre-vingt – ont pris une ampleur considérable au cours des deux dernières années. (1997) Notes bleues n 166.

Dans l'exemple ci-dessus, le lecteur risque de comprendre peu de chose : l'utilisation des enchâssements ne lui permet pas de mémoriser l'ensemble du texte. Outre sa capacité de mémoire de travail limitée, le lecteur aura du mal à retrouver le sujet. Lorsque le verbe est trop éloigné du sujet, le lecteur est obligé de revenir pour retrouver le sujet de la phrase. Quelque soit le lecteur, il peut accepter cela une fois, mais rarement deux surtout lorsqu'il n'est pas obligé de lire. Pour cela, l'auteur doit éviter les enchâssements en **reliant le sujet et le verbe et en découpant la phrase en idées de la plus importante à la moins importante.**

✓

Les investissements directs internationaux sont devenus l'un des principaux vecteurs de la mondialisation économique depuis le milieu de la décennie quatre-vingt. Ils ont pris une ampleur considérable au cours des deux dernières années, en dépit des crises financières. Celles-ci avaient pourtant touché de nombreux pays émergents à partir de l'été 1997 et tout au long de l'année 1998, et avaient même affecté temporairement les marchés financiers des grands pays industrialisés.

Faites une lecture rapide de l'exemple ci-dessous, vous aurez des difficultés à déterminer le sujet. L'éloignement entre le sujet et le verbe, la longueur de la phrase qui contient plus d'une idée, le vocabulaire abstrait rendent la lecture « indigeste ».

x

Pour la première fois, les recommandations faites à l'occasion de la cinquantième plénière pour insuffler un renouveau à la Conférence, à savoir d'organiser celle-ci, après la partie consacrée à l'intégration des intégrateurs, en deux sessions consécutives, l'une relative aux nouveaux problèmes émergents des systèmes statistiques, l'autre traitant des problèmes relatifs aux fondements des systèmes statistiques, ont été appliquées.

Les deux propositions suivantes classent les idées et évitent les enchâssements.

✓

Pour la première fois, la Conférence a été organisée en deux sessions consécutives : l'une consacrée aux problèmes émergents dans les systèmes statistiques, l'autre aux questions liées à leurs fondements. Ce découpage en deux sessions suit les recommandations faites à l'occasion de la cinquantième assemblée plénière pour insuffler un renouveau à la Conférence.

La cinquantième assemblée plénière avait recommandé une nouvelle organisation de la Conférence. Pour la première fois, celle-ci a été découpée en deux sessions consécutives : l'une consacrée aux problèmes émergents dans les systèmes statistiques, l'autre aux questions liées à leurs fondements.

Certaines parties de phrases mises entre parenthèses peuvent être considérées comme des enchâssements. L'auteur doit tout faire pour les éviter. Il peut les placer à la fin de la phrase, mais surtout séparer les idées. Lorsque l'auteur énumère plusieurs sujets dans une même phrase, le verbe est éloigné du premier sujet.



Le lecteur rencontre la même difficulté que pour les enchâssements. **Il est préférable de mettre le verbe au plus près du premier sujet.**

x *La structure par âge et par sexe de la population, la répartition selon les variables sociales et économiques, les mouvements migratoires, les conditions d'habitats, diffèrent selon les régions du Sud et du Nord.*

✓ *La structure par âge et par sexe de la population diffère selon les régions, de même que la répartition selon les variables sociales et économiques, les mouvements migratoires et les conditions d'habitats.*

Dans l'exemple ci-dessus, le verbe a été placé après le premier sujet de la phrase réduisant la distance entre le sujet et le verbe et permettant la facilité le processus de mémorisation et de lisibilité.

3 EVITEZ LA LOGIQUE INSTRUMENTALE

Pour s'exprimer simplement, **il faut être précis, actif, concret, utiliser des images**. Il faut donc éviter la logique instrumentale telle que l'expression souvent utilisée : « le tableau montre... », « le graphique permet... ». Les statisticiens rédigent à travers les instruments qu'ils utilisent, alors que le lecteur s'intéresse plus aux résultats qu'aux instruments qui ont permis d'y aboutir. Cette logique instrumentale entraîne parfois un foisonnement d'expressions inutiles et abstraites.

x *La pyramide des âges montre une disparité de la structure par âge entre les hommes et les femmes.*

Tout d'abord, une pyramide des âges ne « montre » pas. Ensuite la phrase n'apprend rien (l'auteur ne donne pas d'information sur l'écart).

✓ *Les hommes de 25-35 ans sont sous représentés par rapport aux femmes du même âge en raison d'une émigration plus importante.*

La proposition supprime la logique instrumentale et donne immédiatement le résultat (message essentiel). Dans un Institut National de la Statistique, tout commence et tout finit par une enquête. Les sources à partir desquelles les statisticiens prennent leur matière première sont parfois envahissantes au point d'être l'objet le plus important. Or, comme son nom l'indique, la source n'est qu'un point de départ. Il en est de même pour la méthode statistique, les indicateurs : ils ne sont pas une fin en soi.

La statistique résume l'information : elle est une fonction mathématique qui « raccourcit » l'information, en lui gardant de « bonnes propriétés » comme la moyenne ou l'écart-type. L'auteur doit prendre du recul pour faire valoir les limites de la source mais aussi pour comparer des résultats, dans le temps et/ou l'espace, pour faire dire quelque chose aux chiffres. **Décrire les mouvements d'une ou plusieurs courbes, énoncer les chiffres d'un tableau, ce n'est pas informer : c'est ennuyer.** Le lecteur peut le faire tout seul. Il attend que l'on mette en lumière des comportements de variables, c'est à dire des informations à partir des résultats, que l'on explique pourquoi, ou à défaut comment. Il n'attend certainement pas que l'on reste collé à l'instrument de mesure ou que l'on fasse de la paraphrase du tableau ou de graphique (lesquels n'expliquent rien).

4 EVITEZ LES MOTS ABSTRAITS ET LE JARGON

La lecture est un processus avant tout affectif, qui fonctionne au concret, à l'image, à la reconnaissance, aux « mots-repères ». On traduit ce qu'on lit en images, en sensations. On se représente, au sens premier, les mots lus. Il est plus difficile de déchiffrer un texte abstrait que le compte rendu d'une rencontre sportive : on « voit » immédiatement à quoi correspond un débordement à l'aile gauche, mais on doit réfléchir avant de comprendre à quoi correspond une « augmentation de la décélération de la croissance ».

Le rédacteur doit **employer des mots courants**. L'abus d'expressions techniques, de concepts détourne le lecteur de ce que vous avez à lui dire : le lecteur n'est pas un spécialiste de la statistique. Le meilleur moyen de dégoûter le lecteur, c'est de lui donner en lecture de l'abstraction ou du jargon à haute dose au début d'un article. Il faut se mettre à la portée du lecteur en simplifiant les concepts et indicateurs (ce qui ne veut pas dire en les dénaturant). Il est important de ne jamais employer un mot que l'on ne comprend pas soi-même. Cette remarque est d'autant plus importante dans des pays où les niveaux d'instruction sont faibles. Les destinataires d'informations auront des difficultés à comprendre les mots « corrélation », « infanto-juvénile », « accroissement naturel » ...

x

Cette région connaît une diminution de l'accroissement naturel qui s'explique par une baisse de la fécondité. Cette baisse de la fécondité est le résultat d'une augmentation de l'intervalle intergénérisique traduite elle-même par un rallongement de la période d'aménorrhée post-partum. Ce changement de comportement s'explique par le contexte particulier de la région : difficultés alimentaires et risque de décès important aux jeunes âges.

Dans l'exemple ci-dessus, le jargon du démographe n'est pas accessible à un large public. La longueur de la phrase, l'utilisation de termes abstraits, l'absence de dynamisme et de mots porteurs d'information sont des caractéristiques qui nuisent à la compréhension. Le lecteur n'aura rien retenu et il est peu probable qu'il aura envie de lire jusqu'au bout.

✓

La fécondité a diminué dans cette région. Les ménages ont de plus en plus de difficultés à subvenir aux besoins alimentaires et la mortalité des enfants reste importante. Le risque de décès des enfants en bas âge étant élevé, les femmes augmentent la durée d'allaitement. Pendant l'allaitement, le risque de tomber enceinte est faible. Par conséquent, l'intervalle entre les naissances augmente et la fécondité diminue.

Le terme « accroissement naturel » a été supprimé. Le mot « intervalle intergénérisique » a été remplacé par « intervalle entre les naissances » plus compréhensible. Le terme « période d'aménorrhée post-partum » correspond à la période écoulée entre la naissance de l'enfant et le retour des règles. Cette période est influencée par l'intensité, la fréquence et la durée d'allaitement. Ce terme inconnu pour la majorité de nos lecteurs a été supprimé et simplifié (il aurait été possible de garder ce terme et d'indiquer sa définition dans un encadré). Dans la proposition, l'ordre de la phrase a été changé : le fait est exposé et on explique les raisons « comment » et « pourquoi » dès le début de la phrase.

De la même manière, l'expression, « le taux de scolarisation a augmenté » peut être remplacé par « la scolarisation a augmentée ». Daniel Temam (2007) rappelle que les intitulés des postes de nomenclatures sont une forme de jargon.



Parfois, il est recommandé d'éviter l'utilisation répétée des mots qui se terminent par -ion, -ement, -isme. Mais si les mots abstraits ou les expressions imagées sont bien adaptées, ils peuvent attirer et sensibiliser le lecteur.

Afin de ne pas rendre abstrait la compréhension d'un article, il est recommandé **d'introduire la définition des mots techniques**. Si cette dernière est une définition courte, elle peut être insérée dans le corps du texte. En revanche si la définition d'un mot technique nécessite un paragraphe, il est conseillé de l'insérer dans un encadré ou en fin du document.

Il est également conseillé **d'utiliser le même mot pour la même notion dans un même paragraphe ou article**. Par exemple si vous parlez de croissance, d'augmentation, d'élévation ou de renforcement dans un même paragraphe, le lecteur risque de penser qu'il y a plusieurs sujets alors que le terme employé concerne toujours un fait statistique. Cela permet d'éviter les ambiguïtés en particulier lorsque les termes dans le même contexte peuvent avoir plusieurs sens différents. Pour cela, **l'auteur peut remplacer les noms pas des verbes**.

Pour rendre le texte lisible, il y a donc plusieurs possibilités. La première étape est de supprimer le maximum de mots ou expressions complexes et de les remplacer par des mots simples. Parfois l'emploi du jargon est impossible à éviter en particulier pour des notions spécifiques qui n'ont pas d'expression équivalente simple (« espérance de vie », « unités de consommation », « seuil de pauvreté »...). L'auteur peut également **renvoyer le lecteur à une note de bas de page ou un encadré** pour toute expression ou mot technique. Cette possibilité a le mérite d'éclairer le lecteur, mais l'oblige à **suspendre sa lecture**, ce qui peut l'amener à abandonner la lecture : en particulier si la définition donnée est complexe. Il est recommandé de mettre le plus d'explications possibles afin que la compréhension soit complète. Si le lecteur ne comprend pas, il risque d'abandonner et si ce dernier comprend, il remarquera à peine l'existence de l'explication et poursuivra sa lecture. La meilleure solution reste de donner l'explication dans le corps du texte et d'expliquer les raisons pour lesquelles cette notion a été introduite.

5 SUPPRIMEZ LES MOTS ET LES EXPRESSIONS INUTILES

L'auteur doit non seulement éviter les mots abstraits ou le jargon, mais il doit **procéder à la suppression des mots inutiles** qui alourdissent le texte et par conséquent la lecture. L'auteur doit repérer les mots ou expressions qui n'apportent rien à la compréhension du message, de l'idée, de l'argument ou de l'exemple. Il s'agit généralement des expressions « on note », « on constate », « il convient », « on observe »...



On note que les ménages dont le chef de ménage est une femme sont moins représentés dans l'échantillon.



Les ménages dont le chef de ménage est une femme sont moins représentés dans l'échantillon.

Ce principe rejoint celui de la logique instrumentale puisque l'auteur doit procéder à la suppression d'expressions inutiles en **utilisant la forme active à la place de la forme passive** et éliminer le jargon.

6 CONSACREZ-VOUS À DONNER LE SENS D'UNE ÉVOLUTION

Cette technique est un principe important pour les statisticiens, démographes et économistes et va de pair avec le principe de « clarté ». L'auteur doit donner le sens de l'évolution pour faire passer le message, faute de quoi, le lecteur sera vite désintéressé.

x *Les ménages urbains et ruraux n'ont pas la même consommation de riz.*

✓ *Les ménages ruraux consomment en moyenne plus de riz que les ménages urbains.*

Pour donner du sens aux phrases, l'auteur peut effectuer une relecture en examinant les chiffres et se posant la question si le message ou l'évolution est claire.

x *D'une façon générale, l'année 2002 voit les soldes d'opinion des ménages quant à leur niveau de vie futur se maintenir au niveau négatif qu'ils atteignaient déjà à la fin de 2001.*

✓ *En 2002, l'opinion des ménages sur leur niveau de vie futur est aussi négative qu'à la fin de 2001.*

En 2002, les ménages sont aussi pessimistes qu'en 2001.

7 EMPLOYEZ LE MOINS POSSIBLE DE SIGLES ET ABRÉVIATIONS

Les sigles et abréviations sont omniprésents dans la statistique et constituent une forme de jargon. Ils présentent l'avantage de rendre la lecture plus rapide, mais il faut être sûr que tout le monde les comprendra. Il est recommandé de les utiliser uniquement lorsque nous sommes absolument certains que tous les lecteurs les comprendront. Lorsque le sigle se répète, l'auteur écrit le sigle en toutes lettres la première fois avec la mention des initiales correspondantes. Ensuite, il est possible d'employer le sigle, même s'il est peu connu (à condition qu'il ne soit pas employé trop loin dans le texte). Étant donné que les lecteurs lisent rarement la totalité d'un texte, il est important qu'il puisse trouver rapidement l'endroit où l'auteur a expliqué le sens des initiales.

Il est fortement déconseillé de mettre un sigle dans un titre. Il existe de nombreuses abréviations des intitulés légaux auquel nous faisons parfois référence. Lorsque l'intitulé est long, il est conseillé de l'abrégier si aucune confusion n'est possible. Si cette technique ne peut pas être mise en œuvre, il est possible lors du premier emploi d'ajouter l'intitulé intégral en note de bas de page ou entre parenthèses : solution qui respecte la sécurité juridique et la facilité du lecteur. **Développer le sigle n'est pas toujours suffisant et l'auteur doit expliquer la notion et faire comprendre aux lecteurs l'intérêt de ce dernier.**

8 EXPLIQUEZ LES NOTIONS ET LES MÉTHODES, LES DÉFINITIONS

Pour augmenter la lisibilité d'un texte, il est utile et parfois nécessaire d'expliquer les notions et les méthodes utilisées ou introduites dans le texte. Il s'agit d'un exercice difficile car les explications doivent être claires, compréhensibles et pas trop longues. Souvent, les définitions peuvent faire l'objet d'un encadré.



x *L'âge moyen des mères en 2004 est de 26,3 ans, sachant que la mère la plus jeune a 11 ans et la mère la plus âgée a 54 ans. L'âge médian des mères en 2004 est de 22 ans.*

✓ *L'âge moyen des mères en 2004 est de 26,3 ans, sachant que la mère la plus jeune a 11 ans et la plus âgée 54 ans. La majorité des mères de 2004 sont jeunes : la moitié a moins de 22 ans (âge médian).*

Dans l'exemple ci-dessus, l'auteur compare l'âge moyen et l'âge médian. La proposition permet d'expliquer au lecteur pourquoi la médiane apporte une information supplémentaire et plus souvent plus pertinente que l'âge moyen.

9 EVITEZ LES VERBES FAIBLES OU LES VERBES À L'INFINITIF

Afin de rendre la lecture efficace, il est recommandé d'éviter les verbes et les tournures faibles. Les verbes faibles sont des verbes qui ne **correspondent à aucune action**, comme « apparaître », « être », « correspondre », « montrer », « faire », « se produire », « connaître », « se révéler », « se porter », « voir » ou les verbes passe-partout telles que « occasionner », « décider », « s'inscrire dans », « permettre », « viser à »... Enfin il faut éviter les termes comme : « Il se produit... », « La variable connaît une hausse... », « L'emploi se révèle moins (ou plus) »... **La qualité d'une phrase se mesure par la qualité de son verbe**. Si le verbe est lent, la phrase est lente, si le verbe est flou, la phrase également.

Il est difficile pour le lecteur d'assimiler des phrases à l'infinitif car ces dernières font moins ressortir le sujet. Le lecteur est obligé de réfléchir quand il lit, ce qui favorise l'abandon de la lecture. Le lecteur préfère réfléchir après la lecture que pendant. Dans le même ordre d'idée, il faut **proscrire les substantifs au profit des verbes qui marquent plus directement une action** et qui sont plus illustratifs.

x *Globalement, l'année 2002 est marquée par la croissance de la féminisation des organismes consultatifs.*

✓ *En 2002, la féminisation des organismes consultatifs a augmenté.
En 2002, la proportion de femmes dans les commissions paritaires a augmenté.*

10 REMPLACEZ LES NOMS PAR DES VERBES

Etant donné que l'objectif est d'accrocher le lecteur et rendre le texte dynamique, en plus de la suppression des mots abstraits, il est recommandé **de transformer les noms qui devraient être des verbes**. Dans le cadre du domaine de la statistique, nous utilisons beaucoup de noms exprimant des tendances et des évolutions : augmentation, diminution, réduction, accroissement, stabilité, ralentissement, accélération, élargissement, etc. Il est recommandé de remplacer systématiquement ces noms par des verbes et d'éviter la « substantification »¹. Cette technique permet de transmettre l'idée d'une manière plus directe et active.

¹ La tendance à employer des substantifs.

x *En 2006, l'augmentation de la fécondité concerne principalement les femmes de moins de 20 ans.*

✓ *En 2006, la fécondité augmente surtout pour les femmes de moins de 20 ans.*

Lorsqu'on utilise des noms qui peuvent être des verbes, l'auteur introduit des compléments de noms qui sont plus difficile à déchiffrer pour le lecteur. Ce processus d'écriture provient du style administratif traditionnel. Dans l'exemple ci-dessus, le mot « fécondité » est un complément du nom « augmentation » alors que dans la proposition faite, il n'y a plus de complément de nom. Ce remplacement du nom par le verbe participe à l'amélioration de la lisibilité.

x *La phase de préparation de l'enquête se caractérise par l'élaboration de la méthodologie, la planification des activités, la budgétisation, la finalisation des outils de collecte, le recrutement et la formation des agents.*

✓ *Au cours de la phase de préparation de l'enquête, l'INS élabore la méthodologie, planifie les activités et le budget, finalise les outils de collecte, procède au recrutement et forme des agents.*

Les noms « élaboration », « planification », « finalisation », « formation » sont remplacés par des verbes permettant de réduire la passivité de la phrase.

11 SUPPRIMER LES CONJONCTIONS

L'auteur doit **éviter les expressions lourdes de conjonctions en début de phrase** (ainsi, c'est pourquoi, bien que...). La présence de ces conjonctions annoncent le début d'une phrase complexe. Elles sont parfois comprises par le lecteur comme un procédé qui vise à rendre logique un message abstrait. Ces expressions de début de phrase peuvent souvent être supprimées en coupant la phrase en deux.

x *Ainsi, pour se débarrasser de leurs ordures ménagères, la majorité des ménages les jettent toujours dans la nature, bien que cette proportion ait diminuée en 2010 par rapport à 2005 (55,5 % contre 58,7 % en 2005)*

✓ *En 2010, la majorité des ménages jettent leurs ordures ménagères dans la nature (55 %). Cette pratique a peu évolué depuis 2005 (59 % des ménages).*

Dans l'exemple ci-dessus, la phrase commence par le message essentiel. La phrase a été divisée en deux pour organiser les idées (de la plus importante à la moins importante) et l'ordre de la phrase a été simplifié. Le mot « ainsi » a été supprimé et la conjonction « bien que » également.

12 RESPECTEZ L'ORDRE DE DÉBUT DE PHRASE

Au début de la phrase, pour fixer les idées et permettre au lecteur d'anticiper, utiliser le plus souvent l'ordre suivant : **Date (« En 1998 ») / lieu (« Au Niger ») / mots de liaison.**



X *Le Niger voit sa population augmenter de 1990 à 1999.*

La population du Niger augmente entre 1990 et 1999.

✓ *Entre 1990 et 1999, la population du Niger augmente.*

Entre 1990 et 1999, au Niger, la population a augmenté.

L'auteur peut organiser ses phrase avec des mots de liaison : En effet / Cependant / À l'opposé / Par ailleurs.

X *Les bâtiments liés au secteur tertiaire, dans leur ensemble, maintiennent un bon niveau (+ 28 %). Seul la région d'Agadez connaît une évolution négative sensible (- 33 %) mais par rapport à une année 2003 relativement élevée.*

✓ *En 2004, dans le secteur tertiaire, la construction des bâtiments est en bonne progression (+ 28 %). En revanche, le nombre de m² de surfaces diminue de 33 % dans la région d'Agadez. Ce résultat est à relativiser au regard d'une année 2003 de forte croissance.*

Dans l'exemple ci-dessus, l'ordre de début de phrase a été révisé (date, lieu, sujet, verbe, complément). La deuxième phrase a été divisée en deux phrases introduites par des mots de liaison.

13 UTILISEZ LES COUPLES CÉLÈBRES

Afin d'améliorer la compréhension de certaines idées, il est possible d'utiliser certains couples :

- « **d'une part/d'autre part** »
- « **d'un côté/de l'autre** »
- « **en premier lieu/ en second lieu** »

Ces éléments de corrélation sont bien assimilés par le lecteur lorsqu'ils ne sont pas trop éloignés l'un de l'autre. Si c'est le cas, le lecteur est alors perdu dans la démonstration.

14 ÉNUMÉREZ EN ORGANISANT

Lorsqu'il y a plusieurs éléments, il vaut mieux éviter de dire « plusieurs » et il est préférable de les mettre dans une phrase. Afin d'améliorer la compréhension, il est recommandé de dire qu'il y a « **X** » éléments et d'aller à la ligne pour chacun d'eux. La technique d'énumération est préconisée également pour éviter les phrases trop longues. Dans ce cas, la solution est de scinder la phrase en : 1) recherchant les idées qui composent la phrases ; 2) pour chaque idée, faire une phrase distincte.

15 UTILISEZ L'AFFIRMATION PLUTÔT QUE LA NÉGATION

Il faut toujours privilégier une phrase affirmative à une phrase négative. En effet une phrase négative présente deux inconvénients majeurs :

- Elle est plus difficile à lire ;
- Elle est souvent ambiguë.

✘ *Cette mesure n'a pas été prise pour...*

Dans l'exemple ci-dessus, il est difficile pour le lecteur de savoir si la mesure n'a pas été prise du tout ou si elle a été prise dans un autre but.

Généralement deux emplois de la négation sont sources d'erreurs fréquentes : la double négation et le « ne » employé seul (sans « pas »).

✘ *Il n'est pas sans savoir que [...]*

Cette expression introduit un questionnement chez le lecteur. Sait-il ou ne sait-il pas ? D'ailleurs cette construction de phrase est souvent employé dans le même sens que « il n'est pas sans ignorer que [...] » qui signifie exactement l'inverse. Le **risque de mauvaise compréhension** de l'utilisation du « ne » seul (sans le « pas ») est très élevé. Le « ne pas » passe souvent inaperçu par le lecteur lors d'une lecture rapide. Le risque d'introduire une mauvaise compréhension est augmenté avec l'insertion d'une conjonction « que ».

✘ *Ce résultat ne peut affirmer que [...]*

Cette construction introduit une confusion. Le lecteur ne comprend pas si ce résultat « ne permet pas d'affirmer » ou si ce résultat « peut affirmer seulement cela ». Il est important de porter attention au « ne » que l'on appelle parfois « explétif » et qui ne marque pas de négation.

✘ *Il est à craindre que les prix des matières premières ne cessent d'augmenter [...]*

Cette phrase est positive malgré la présence du « ne » mais il est possible de la comprendre négativement lors d'une lecture rapide. Finalement, on se demande s'il faut craindre une augmentation ou non des prix des matières premières.

16 PRÉFÉREZ L'ACTIF AU PASSIF

La **voix active est plus compréhensible que la voix passive** car elle correspond à la structure logique « qui fait quoi ».

✘ *Une enquête sur la consommation des ménages a été réalisée par l'INS [...]*

✓ *L'INS a réalisé une enquête sur la consommation des ménages [...]*

Généralement l'utilisation de passif est un style très administratif qui abuse souvent du « il » impersonnel avec un verbe passif.

✘ *Il a été prévu par l'INS un délai de 3 mois avant la mise en œuvre [...]*

✓ *L'INS a prévu un délai de 3 mois avant la mise en œuvre [...]*

La forme passive est plus difficile à lire que la forme active par le simple fait que l'auteur oblige le lecteur à effectuer un renversement grammatical pour retrouver le sujet. La forme passive est celle que l'on retrouve souvent dans la communication politique ou d'entreprise car elle permet d'enrober le discours. L'utilisation du passif convient si l'objet est plus important que le sujet.



✘ *Les premiers résultats ont permis de constater un accroissement de la population [...]*

✓ *Un accroissement important de la population a été constaté à travers les premiers résultats [...]*

Dans l'exemple, ce qui est plus important pour le lecteur est « l'accroissement de la population », c'est pourquoi il est placé en début de phrase.

17 FAVORISEZ LE SUJET ACTIF

Compte tenu de la spécificité de la discipline, le statisticien aura tendance à parler de sujets abstraits comme la consommation des ménages, c'est pourquoi **l'auteur doit introduire des sujets actifs**.

✘ *Le prix du riz a été multiplié par deux : le kilo coûtait 150 FCFA en 2008 et s'achète désormais à 300 FCFA en 2009.*

✓ *En 2008, le riz coûtait deux fois moins cher qu'en 2009 : 150 F CFA au lieu de 300 F CFA.*

Dans cet exemple, il y a déjà un sujet actif potentiel dans la phrase et il suffit de la réécrire. Les deux phrases veulent dire la même chose, cependant dans la proposition, le sujet « riz » remplace le sujet « prix » : le « prix » étant une notion plus subjective que le « riz ».

Parfois il n'existe pas du sujet actif potentiel dans la phrase et l'auteur doit en trouver un. Pour cela, l'auteur se pose la question : « de qui parle la phrase ? ». L'exemple suivant tiré d'un article de Tenam¹ montre comment passer d'une phrase sans aucun sujet actif à une phrase avec un sujet actif.

✘ *Les avantages potentiels du passage à la semaine de quatre jours à la carte sont aussi à chercher du côté de la vie personnelle, de l'éducation des enfants, de la vie associative.*

✓ *Les salariés travaillant quatre jours par semaine à la carte auront plus de temps à consacrer à leur vie personnelle, à l'éducation de leurs enfants, à la vie associative.*

L'auteur ne doit pas pour autant mettre toutes les phrases avec un sujet actif, mais il doit éviter que le sujet soit abstrait comme dans l'exemple ci-dessus.

18 SOIGNEZ LA FORMULATION DES EXCEPTIONS

Dans les résultats d'une enquête, les statisticiens font passer des messages et mettent parfois en avant des tendances et des exceptions. Pour le lecteur, il est important de savoir ce que signifie une exception.

1 TEMAN Daniel, Savoir compter, savoir conter, Episode N°2 – Des textes plus vivants, Courrier des statistiques n°113-114, mars-juin 2005.

✘ *L'enregistrement à l'état civil reste faible sur l'ensemble de la population quelques soit les caractéristiques des individus, à l'exception des ménages de niveau d'instruction supérieur.*

✓ *L'enregistrement à l'état civil reste faible sur l'ensemble du territoire. Cependant, l'enregistrement à l'état civil des ménages dont le niveau d'instruction est supérieur est plus important.*

Le fait particulier important du message est placé en fin de phrase. Il est difficile de savoir si l'enregistrement à l'état civil est faible pour l'ensemble de la population, surtout pour les ménages dont le niveau d'instruction est supérieur. Il est recommandé de rédiger les phrases en éliminant toute possibilité d'ambiguïté. L'exception est mise en avant par le découpage de la phrase en deux idées correspondant aux deux messages à faire passer.

19 EVITEZ L'USAGE DES PRÉPOSITIONS

Les prépositions rendent souvent la syntaxe d'une phrase plus complexe et difficile à lire. Il est conseillé d'éviter les prépositions surtout lorsque l'on écrit pour un large public. Le premier principe est **d'utiliser un verbe qui se construit sans préposition**, c'est-à-dire un verbe qui se construit avec un complément d'objet direct. Le deuxième principe est de **répéter la préposition dans une énumération**.

✘ *Les taux d'électrification sont très faibles à Agadez, Dosso et, Maradi*

✓ *Les taux d'électrification sont très faibles à Agadez, à Dosso et à Maradi.*

20 UTILISEZ LES LIENS DE CAUSES ET D'OPPOSITION

Les informations statistiques permettent de mettre en avant les liens de cause et d'opposition. C'est d'ailleurs souvent l'objet de l'information. Le style administratif utilisé couramment marque très peu les rapports de logique importants pour la compréhension de la phrase. Pour mettre en avant les relations entre les faits sociodémographiques, économiques, il est conseillé d'utiliser des termes forts marquant le lien ou l'opposition : **parce que, cependant**.

21 UTILISEZ L'EXEMPLE ET LE CONTRE-EXEMPLE POUR AIDER LE LECTEUR

L'exemple est utilisé pour aider le lecteur lorsque cela est nécessaire.

Le contre-exemple permet souvent de mettre en avant l'idée de la phrase et d'éviter les interprétations erronées. Lorsque l'auteur ajoute des contre-exemples, il améliore parfois la compréhension du lecteur.

22 ELIMINER LES ADVERBES

Lorsque l'auteur veut que le lecteur assimile correctement le message, il doit éliminer au maximum les adverbes. Certains adverbes sont souvent mal compris de la même façon que les adjectifs inutiles. L'auteur doit conserver uniquement les adverbes qui renforcent le sens de l'adjectif ou du verbe.



« Les logiciels comportent souvent des erreurs » sera compris par « les logiciels ont des erreurs »

23 ELIMINER LES REDONDANCES ET LES RÉPÉTITIONS

La relecture permet souvent d'éliminer les redondances. En français, le taux de redondance est d'environ 50 % : un mot sur deux n'est pas utile à la compréhension immédiate et rapide de la phrase et de l'idée¹.

Il faut éviter également les répétitions, excepté pour les termes techniques. Si l'auteur parle de « ménages », puis de « famille », puis de « foyers », le lecteur risque de se perdre : il ne sera pas si l'on parle toujours de la même chose. Pour supprimer les répétitions, l'auteur peut utiliser un dictionnaire de synonymes.

« Supprimer le maximum de mots ou expressions complexes et les remplacer par des mots simples »

¹ François HEINDERYCKX, Une introduction aux fondements théoriques de l'étude des médias, 2^{ème} édition, édition du Céfal, collection Cefal sup, 2002, p.22-24.



**« JE VOUS ÉCRIS UNE LONGUE
LETTRE CAR JE N'AI PAS LE
TEMPS DE VOUS ÉCRIRE UNE
COURTE » (LETTRE ADRESSÉE
À L'UNE DE SES CORRESPON-
DANTES)» *VOLTAIRE***



CHAPITRE 8 : LES CHIFFRES

1 LES CHIFFRES

Les écrits diffusés à l'Institut National de la Statistique ou dans les Directions des Statistiques et les Directions des Etudes et de la Programmation Sectoriels contiennent beaucoup d'expressions numériques. Dans les ouvrages d'économie, de statistiques ou encore de finance, il est recommandé d'écrire les nombres en chiffres, plus court et donc plus lisible que l'écriture en toutes lettres.

2 NE METTEZ PAS TROP DE CHIFFRES

L'auteur écrit les nombres en chiffres dans les cas suivants :

- Lorsqu'il fait des comparaisons ;
- Lorsqu'il fait des énumérations ;
- Lorsqu'il fait des opérations ;
- Dans les tableaux ;
- Entre parenthèses ;
- Pour les dates (sauf pour les mois) ;
- Pour les heures, les minutes, les secondes ;
- Pour les âges.

Cependant lorsque le texte ou une partie du texte ne contient que des nombres inférieurs à 10, c'est-à-dire des nombres avec un seul chiffre, l'auteur doit écrire les nombres en toutes lettres.

Comme le rappelle le sous-titre d'un article de Daniel Tenam : « des chiffres : point trop n'en faut »¹, il est conseillé de ne pas mettre plus d'un chiffre par phrase pour que le lecteur puisse le retenir.

Avant d'évoquer les principes à respecter dans le cadre de l'utilisation des chiffres, il faut ici rappeler que l'auteur doit toujours se mettre à la place du lecteur. Lors du processus de mémorisation, il est plus facile de retenir un nombre restreint de chiffres. Par exemple, le processus d'agrégation, plus connu sous le terme anglais de « **chunking** » montre que la suite 3 – 5 – 7 – 9 – 5 – 4 se retient moins que la suite 35 79 54, laquelle se retient moins que la suite 357 954. Plus le nombre d'items est important, plus il est difficile de retenir un numéro. Le nombre de paquet (chunks) a donc une influence sur la rétention de l'information.

Les statisticiens, démographes ou économistes rapportent des chiffres lorsqu'ils rédigent des articles. Cet aspect paraît évident puisqu'ils rapportent des données issues de leurs enquêtes et opérations statistiques. Cependant, les diffusions sont parfois surchargées de chiffres et les chiffres contenus dans le texte répètent inutilement ceux du tableau ou du graphique qui l'accompagne.

¹ TEMAN Daniel, Savoir compter, savoir conter, Episode 1 – Des chiffres : point trop n'en faut, Courrier des statistiques n°112, décembre 2004.

x

Au conseil régional, la proportion des catégories A (40 %) et B (24 %) est plus importante que dans l'ensemble des collectivités locales (respectivement 8,8 % et 12,6 %). A l'inverse, les agents de catégorie C représentent 36 % du personnel régional contre 78,6 % en moyenne dans les collectivités locales. Ainsi en comptabilisant 0,8 % des agents des collectivités locales, le conseil régional emploie 3,7 % de l'ensemble des agents de catégorie A et 1,5 % de l'ensemble des agents de catégorie B.

✓

Les emplois du conseil régional sont davantage qualifiés avec une plus forte présence de cadres (catégorie A) et de professions intermédiaires (catégorie B) que dans l'ensemble des collectivités locales.

Ainsi les cadres représentent 40 % des agents du conseil régional et seulement 8,8 % de ceux des collectivités territoriales.

Les professions intermédiaires pèsent pour un quart de l'emploi du conseil régional soit deux fois plus que dans l'ensemble de la fonction publique territoriale.

On sort de la logique instrumentale en découpant les idées et en simplifiant au maximum pour obtenir une proposition plus simple.

x

L'indice synthétique de fécondité a diminué passant de 7,2 enfants par femme en 2004 à 6,5 enfants par femme en 2005, alors que son niveau était de 7,5 enfants par femme en 1999.

Dans l'exemple ci-dessus, le lecteur sera vite ennuyé et noyé dans les chiffres. Le lecteur veut comprendre pourquoi la baisse de la fécondité a été rapide durant la période, il attend de savoir les raisons qui expliquent cette baisse. L'auteur doit faire ressortir ce que les chiffres nous apprennent sur la réalité sociale, économique ou démographique.

✓

La baisse de la fécondité a été rapide depuis 1999 en raison d'une utilisation de plus en plus importante des méthodes contraceptives modernes : l'indice synthétique de fécondité est passé de 7,5 enfants par femme en 1999 à 6,5 enfants par femme en 2005.

3 RESPECTER LA COMPLÉMENTARITÉ ENTRE LE TEXTE ET LE TABLEAU

L'auteur doit respecter est la **complémentarité entre le texte et le tableau** ou graphique. **Le texte ne doit pas être le double d'un tableau.** Il est en effet inutile de répéter un chiffre qui est déjà donné. Cela ne veut pas dire qu'il ne doit pas y avoir de chiffres dans le corps du texte, mais un nombre limité et acceptable. L'auteur doit insister sur les chiffres importants et faire ressortir ce qu'ils disent. L'objectif étant d'intéresser le lecteur, il faut que l'auteur puisse faire ressortir la tendance.

x

La densité moyenne du Congo est de 10 habitants au km².

Pour que le lecteur ait une idée précise de ce que révèlent les chiffres, l'auteur doit autant que possible **mettre en perspective l'information**. L'exemple ci-dessus ne permet pas au lecteur de saisir la perspective de l'information : est-ce que cela correspond à une forte densité ou une faible densité ?



La densité moyenne du Congo s'élève à 10 habitants au km², l'une des plus faibles de la sous-région. A titre d'exemple, la densité de la population en Côte d'Ivoire est de 57 habitants au km².

4 DIVERSIFIER LES CHIFFRES ET FAITES APPEL À D'AUTRES SOURCES

Afin de donner une crédibilité à l'information, l'auteur doit autant que possible **faire appel à d'autres sources statistiques** que la source principale commentée, comme faire appel à des comparaisons internationales. L'utilisation d'autres sources permet de dégager de nouveaux intérêts complémentaires : rédiger un article sur le thème de la nutrition à travers les résultats d'une enquête SMART pourrait par exemple donner des idées fausses si l'on ne compare pas les résultats à d'autres sources comme les Enquête Démographique et de Santé (EDS) ou toute autre enquête effectués sur le même thème particulier. La sous-utilisation d'autres sources s'explique parfois par les différences de représentativité, des concepts et définitions, des méthodes utilisées ou encore de la fiabilité des données. Cependant, un effort particulier pourrait être effectué dans le cadre de la valorisation des données existantes afin de rendre notre lecteur plus informé.

5 ARRONDIR LES CHIFFRES

L'auteur doit **d'arrondir les chiffres** qui sont souvent trop précis. Une précision des chiffres a pour premier effet de donner **une impression de surestimation de précision** nuisant à la crédibilité du statisticien et par conséquent de l'institution. Le lecteur sait qu'il n'est pas possible de savoir à l'unité près le nombre de décès d'enfants de moins de 5 ans par année par exemple. Le deuxième effet est de **rendre la lecture et la mémorisation plus difficile**. Le lecteur aura une meilleure appréhension de l'ordre de grandeur d'un chiffre si ce dernier est arrondi et donc plus facile à retenir. Arrondir les chiffres se justifie également par le fait que les chiffres précis sont souvent disponibles dans les tableaux qui accompagnent l'article. Si l'auteur respecte les règles d'arrondie, le lecteur ne sera pas perturbé de voir deux chiffres distincts. Bien sûr, l'auteur doit veiller à respecter l'égalité des totaux et arrondir au chiffre le plus proche.



Le nombre de naissances a augmenté : 652 376 en 2006, puis 761 654 en 2007.



Le nombre de naissances a augmenté : 650 000 en 2006, puis 760 000 en 2007.

6 EVITER LES FORMULATIONS FLOUES

Il est recommandé **d'éviter certaines formulations** qui compliquent la lecture et précèdent les chiffres telles que « **environ** », « **près de** », « **plus de** ». En voulant se rapprocher de l'exactitude, l'auteur complexifie la compréhension.



Près de 50 % de la population a accès à l'eau potable.



La moitié de la population a accès à l'eau potable.

Le lecteur sait qu'il ne peut pas s'agir exactement de la moitié de la population et se doute qu'il s'agit d'un chiffre arrondi. Ajouter « près de » **n'apporte aucune information supplémentaire**. La formulation « près de » ne donne pas d'information sur l'ampleur de la proportion de la

population ayant accès à l'eau (moins de la moitié ou plus de la moitié). Ces formulations sont donc à éviter car elles nuisent à la lisibilité et aboutissent parfois à une mauvaise interprétation.

Si un tableau indique un chiffre de « 50,7 % » et que le texte utilise la formulation « environ la moitié de la population », tout d'abord le lecteur aura tendance à surestimer la précision du chiffre en pensant qu'il est possible de connaître le chiffre avec une précision de 0,7 point (50,7 - 50). Or, dans une enquête par sondage, le statisticien est conscient que ce niveau d'exactitude n'est pas toujours acceptable.

✘ *Près de 35 % des enfants de moins de 15 ans sont scolarisés.*

Dans l'exemple ci-dessus, l'utilisation de la formulation « prêt de » pourrait entraîner chez notre lecteur l'impression qu'il s'agit de « beaucoup » comme le véhicule cette formulation dans le langage de tous les jours. L'interprétation du message par le lecteur ne correspond pas au message de l'auteur. L'auteur doit donc procéder à la suppression de ces formulations.

7 RÈGLES TYPOGRAPHIQUES ET ORTHOGRAPHIQUES

Bien utiliser les chiffres, c'est également bien les écrire. Du point de vue typographique, **les chiffres s'écrivent par tranches de trois chiffres séparées par une espace insécable**. Pour insérer une espace insécable (une demi espace blanc qui sépare les mots), l'auteur a trois possibilités sous Word :

- Taper sur le clavier « Alt » et simultanément « 0160 » ;
- Taper sur son clavier « Alt », « Ctrl », « Maj » et « barre d'espace » ;
- Taper un signe de ponctuation automatiquement précédé d'une espace insécable (deux points, point-virgule, point d'exclamation...), puis effacer le signe de ponctuation afin de ne laisser que l'espace insécable qui le précède.

Pour les dates connues du public, l'auteur peut parfois garder les deux derniers chiffres, mais il est mieux de mettre les quatre chiffres de la date pour éviter toute confusion.

✘ *La guerre 14-18*

✓ *La guerre 1914-1918.*

✘ *Dans les années 30.*

✓ *Dans les années 1930.*

Il ne faut pas qu'une phrase débute par un chiffre. Pour éviter cela, l'auteur peut simplement effectuer une inversion ou une reformulation.

✘ *35 % des élèves ayant effectué le primaire poursuivent leur scolarisation dans le secondaire en 2006.*

✓ *En 2006, 35 % des élèves ayant effectué le primaire poursuivent leur scolarisation dans le secondaire.*



Sur l'ensemble des élèves en primaire, 35 % poursuivent leur scolarisation dans le secondaire en 2006.

Il est cependant possible de commencer un titre ou un intertitre par un chiffre. Enfin, **l'auteur ne doit pas raccourcir les chiffres** sous prétexte de gagner du temps afin d'éviter la confusion.

✘ *3 à 4 000 individus*

✓ *3 000 à 4 000 individus*

Du point de vue orthographique, le nom qui accompagne le chiffre se met au pluriel uniquement à partir de deux.

✓ *1,3 enfant par femme (sans « s »)*
2,1 enfants par femme (avec « s »)

8 LES NOMBRES EN TOUTES LETTRES

Lors de la rédaction de son article, l'auteur est amené à écrire des nombres en toutes lettres : mesures approchées ou arrondies telles que les durées ou les fractions approximatives. On différencie les adjectifs numéraux ordinaux qui ne décrivent pas une quantité et les adjectifs numéraux cardinaux qui peuvent être simples ou complexes.

8.1 LES ADJECTIFS NUMÉRAUX CARDINAUX

Les **adjectifs numéraux cardinaux simples** sont composés d'un seul mot comme « six », alors que les **adjectifs numéraux cardinaux complexes** sont composés de plusieurs mots comme « quarante-sept ». L'auteur doit veiller à ce que ces derniers comportent **un tiret entre les mots qui expriment les dizaines et les unités**, sauf lorsqu'il y a la conjonction « et ».

✓ *Vingt-trois (avec tiret) et Vingt et un (sans tiret)*
Cent trente-deux et quatre-vingt-dix-neuf

Les **nombres sont invariables**, c'est-à-dire qu'ils ne s'accordent pas au masculin, ni au féminin, ni au pluriel ou singulier. Cependant il existe des **exceptions pour « un », « vingt » et « cent »**. Ces deux dernières expressions prennent « s » lorsqu'il y a plusieurs vingtaines ou plusieurs centaines, mais uniquement lorsque ces nombres expriment des vingtaines ou des centaines entières.

✓ *Un élève (masculin) et une élève (féminin)*
Quatre-vingts (avec « s ») et quatre-vingt-un (sans « s »)
Quatre cents (avec « s ») et quatre cent sept (sans « s »)
Quatre cent vingt-huit (sans « s »)

Du point de vue orthographique, les fractions s'écrivent sans trait d'union : deux tiers, trois quarts... L'auteur devra faire attention aux adjectifs cardinaux **employés dans le sens ordinal qui sont invariables**.

Les années quatre-vingt (sans « s »). Il s'agit d'une date exprimé en années.

✓ [...] Cf. **le schéma page deux cent** (sans « s »). La numérotation de page est ordinale.

Page un. L'auteur n'écrira pas page une car il s'agit d'un adjectif ordinal

8.2 LES ADJECTIFS ET ADVERBES ORDINAUX

Les adjectifs ou adverbes ordinaux décrivent un ordre ou un rang (par exemple « troisièmement »). Ils peuvent s'écrire en lettre où en chiffre (« premier » ou « 1^{er} »). L'auteur effectuera le choix en fonction du contexte, mais selon les principes déjà évoqués auparavant : l'auteur doit choisir la forme abrégée en chiffres lorsque le nombre est composé de plusieurs chiffres ou lorsque le texte comprend beaucoup d'adjectifs ordinaux.

Les adjectifs ordinaux écrits en toutes lettres s'accordent en genre et en nombre.

✓ *Les premiers résultats de l'enquête (accord au pluriel)*

La seconde augmentation des produits de consommation (accord au féminin)

Du point de vue typographique, les adjectifs ordinaux utilisés dans le sens cardinal, pour désigner un rang par exemple **s'écrivent sans espace séparant les centaines et les milliers.**

✓ *La population de ce village est de 1 243 habitants*

Comme l'auteur le rappelle à la page 1243

Les adverbes ordinaux peuvent s'écrire en toutes lettres (« premièrement ») ou en abrégé avec un chiffre (« 1^o»). L'auteur doit plutôt privilégier l'écriture en chiffre pour numéroter les titres et intertitres et l'écriture en toutes lettres dans le corps du texte (lorsqu'il énumère ou donne des exemples).

L'auteur devra faire également attention à **l'écriture des ordinaux en abrégé.** Le tableau suivant résume les principes à respecter.

Tableau 5 : Abréviation des ordinaux

Adjectifs ordinaux	Premier	1^{er}
	Première	1 ^{ère}
	Second	2 nd
	Deuxième	2 ^e
	Troisième	3 ^e
Adverbes ordinaux	Premièrement	1 ^o
	Deuxièmement	2 ^o
	Troisièmement	3 ^o

Pour tous les autres adjectifs ordinaux, les abréviations sont suivies de « ^e ».



9 LES PRINCIPALES UNITÉS DE MESURE ET LEUR ÉCRITURE

9.1 LES UNITÉS DE MESURE

Les articles de l'INS rédigés par les statisticiens, économistes et démographes, contiennent des unités de mesure aussi bien dans le corps du texte que dans les tableaux et les graphiques. Ces **unités se placent toujours après le nombre**, que ce dernier soit écrit en chiffres ou en toutes lettres ou encore en abréviation. Ensuite, **les unités sont toujours séparées du nombre par une espace insécable**.

✘ « Dans les pays de la sous-région, la population augmente de 3 % en moyenne »

✓ « Dans les pays de la sous-région, la population augmente de 3 % en moyenne »

Dans le premier exemple, la lecture du chiffre est difficile. Le lecteur doit se rendre à la ligne suivante pour accéder à l'unité. L'espace insécable permet d'aérer le texte par un espace entre le chiffre et l'unité tout en laissant le chiffre et l'unité sur la même ligne. L'unité qui accompagne le chiffre doit toujours être séparée par une espace insécable.

✘ 2 000FCFA

✓ 2 000 FCFA

✘ 12 à 14 %

✓ 12 % à 14 %

Lorsque le texte contient beaucoup d'unités, l'auteur peut utiliser certaines abréviations **officielles**¹. Le tableau 6 rappelle les unités de mesure les plus utilisées. L'auteur peut soit utiliser l'abréviation ou symbole officiel, soit écrire l'unité en toutes lettres

9.2 MULTIPLES ET SOUS-MULTIPLES DES UNITÉS DE MESURE

Les unités peuvent être décomposées en multiples et sous-multiples. Lorsque l'intitulé est en toutes lettres (« mètre »), l'auteur ajoute un préfixe en toutes lettres (« un kilo mètre »). Et lorsque l'unité est une abréviation (« m »), l'auteur ajoute le symbole (« km »). Qu'il s'agisse des préfixes (en toutes lettres) ou des symboles (abréviation), ils sont toujours attachés à l'unité et doivent respecter la typographie du tableau 7.

Les préfixes et symboles des unités ne prennent jamais de « s ». Pour les plus grands multiples (10^3 et plus), l'auteur peut utiliser les termes « giga », « méga » et « kilo » ou les expressions « milliards de » (correspondant au symbole Md), « millions de » (correspondant au symbole M) ou « milliers de ».

¹ Imprimerie Nationale, Lexique des règles typographiques en usage à l'imprimerie Nationale, troisième édition, Edition de l'Imprimerie Nationale, 2002, 197p.

L'auteur doit autant que possible à signaler aux lecteurs la signification du préfixe ou du symbole : les lecteurs ne connaissent pas toujours le symbole. Par exemple, il est facile de traduire « Md » pour « millions de ».

9.3 L'ÉCRITURE DES UNITÉS DE MESURE

Lorsque l'auteur rédige son article, les unités de mesure doivent être écrites en **toutes lettres dans le corps du texte**. Ainsi le lecteur peut effectuer une lecture sans effectuer d'effort pour déchiffrer les abréviations.

Cependant, il est recommandé d'utiliser les abréviations lorsque l'intitulé de la mesure est long qui facilite alors la lecture et participe à la lisibilité du texte.

✘ *Cette région a une densité de 34 habitants par kilomètre carré*

✓ *Cette région a une densité de 34 habitants par km².*

On n'écrit jamais un pourcentage en toutes lettres, mais on utilise de préférence le symbole « % », excepté pour les pourcentages employés comme des adverbes (« un produit cent pour cent bio »).

✘ *En 1998, 39 pour cent des ménages ont l'accès à l'eau potable*

✓ *En 1998, 39 % des ménages ont l'accès à l'eau potable*

L'utilisation de nombreux chiffres décourage les lecteurs. Pour donner une cohérence aux chiffres et à l'article, l'auteur doit **supprimer la paraphrase des tableaux, mettre en perspective les chiffres ou encore arrondir les chiffres trop précis. Les formules « près de », « plus de », « environ » et autres expressions équivalentes sont à supprimer et il faut respecter les règles typographiques pour éviter la séparation des chiffres de leur unité.**

« Donner une cohérence aux chiffres en évitant la paraphrase des tableaux, par l'arrondi et la suppression des formules inutiles... »



Tableau 6 : Intitulés en toutes lettres et en abréviation officielles les principales unités de mesure utilisées

Unité en toutes lettres	Symbole	Observations
année civile	a	-
are	a	Si la surface agraire = 10^2 m ²
baril de pétrole	bbl	capacité de réservoir = 159 l
calorie	cal	non légale - ancienne unité d'énergie - la kcal est parfois appelée grande calorie (Cal) ; les valeurs diététiques sont exprimées en grande calories ou kJ
degré	°	Si – angle
degré Celsius	°C	Température
degré Fahrenheit	°F	Température
degré géographique	°	astronomie et navigation = 1/360 du méridien terrestre, soit en moyenne 111,111 km
Dollar	\$	-
Euro	€	-
gramme	g	Si – masse
Heure	h	Si – temps
Joule	J	Si – énergie
Jour	d ou j	Si - temps = 86 400 seconde
Litre	l ou L	Si - volume = 10^{-3} m ³ - symbole L si confusion possible entre l et 1
Mètre	m	SI – longueur
mètre carré	m ²	-
mètre cube	m ³	-
minute	min	Si - temps - symbole m possible si aucune ambiguïté
seconde	s	Si – temps
Tonne	t	Si - masse = 10^3 kg
tonne équivalent charbon	tec	-
tonne équivalent pétrole	tep	-

Tableau 7 : Préfixes en toutes lettres et abréviation officielles des multiples et sous-multiples décimaux les plus courants

Préfixe (en toutes lettres) à mettre avant le nom de l'unité en toutes lettres	Symbole à mettre devant l'abréviation de l'unité de mesure	Facteur par lequel est multipliée l'unité
téra	T	10^{12}
giga (ou "milliards de")	G ou Md	10^9
méga (ou "millions de")	M	10^6
kilo (ou "milliers de")	k	10^3
hecto	h	10^2
déca	da	10
déci	da	10^{-1}
centi	c	10^{-2}
milli	m	10^{-3}
micro	μ	10^{-6}
nano	n	10^{-9}
pico	p	10^{-12}
femto	f	10^{-15}
atto	a	10^{-18}





CHAPITRE 9 : L'HABILLAGE

L'auteur passe la moitié du temps pour écrire l'article, l'autre moitié pour trouver le titre.

Il existe certaines règles qui guident l'auteur dans sa rédaction. Mais il ne suffit pas d'avoir un bon texte, il faut pouvoir rentrer dedans. Si l'on se met à la place de notre lecteur, il est nécessaire de se demander comment l'on fait pour repérer les articles qui nous intéressent. Les contraintes de lecture (temps, centre d'intérêt) aboutissent à une procédure de lecture spécifique. Le lecteur cherche une rubrique particulière, lit le titre, regarde un tableau et sa légende, puis il lit les encadrés lorsqu'il y en a.

Après cela s'il en a envie, il lira l'article. La plupart des lecteurs ne lisent que l'habillage, c'est pourquoi il est important de répondre à cette logique. Les principes de mémorisation, de lisibilité montrent toute l'importance de respecter les mécanismes de lecture. La « technologie textuelle », c'est-à-dire le dynamisme des informations données par la structure du texte, le titrage et l'apparence typographique¹ contribue à aider le lecteur. Il est important de « mettre en scène » les textes produits et de convaincre le lecteur à poursuivre. Lorsque l'on regarde un site Internet, l'habillage joue un rôle important : si le site n'est visuellement pas attractif, l'internaute risque de changer de site.

Ecrire un article, ce n'est pas mettre des phrases les unes à la suite des autres, c'est également **utiliser les techniques d'accroches**. Il est important de connaître ces techniques d'habillage avant de les utiliser (titrairie, illustrations, chapeau, légende, encadré, intertitre, attaque et chute). L'habillage est une étape importante de la rédaction car c'est lui qui propose la lecture. Souvent les manuels de techniques journalistiques comparent l'approche de l'habillage à la consultation de la carte d'un restaurant. Le lecteur prend connaissance de ce qui lui est proposé, il compose son repas selon ses contraintes (végétarien, coût, plaisir, temps...). Alors que les lois de proximité sont des réponses à : « Qu'est-ce qui intéresse le lecteur ? », l'habillage répond à la question « **comment intéresser le lecteur ?** ». Bien que l'auteur ait rédigé et structuré son article, ce dernier n'est pas un produit définitif car il a peu de chance de retenir l'attention.

L'habillage est constitué par des repères, des balises disposées par l'auteur pour attirer et guider le lecteur dans son parcours. Etant donné que la lecture est un acte sélectif, le choix du lecteur s'opère par des tris successifs balise par balise. A chaque étape de l'article (chapeau, titres...), le lecteur valide son choix. Pour répondre à ce principe de lecture, un article doit proposer différentes entrées dans l'article grâce à l'habillage.

Il est malheureux de constater que certains articles au contenu intéressant ne soient pas lus par faute de bon habillage et de bonne mise en page. Comme l'esthétique d'un objet, l'habillage est une invitation à la lecture qui se caractérise par différents niveaux : la « titrairie » (titre, sous-titre, surtitre, intertitres), les photos, illustrations, encadrés, légendes, le chapeau, l'attaque et la chute. L'article est donc une image qui incite le lecteur à entrer dans le vif de l'information.

¹ Lebrun Nicole & Berthelot Serge, Lisibilité typographique et ordinateur, ronéotypé, séminaire du groupe LEO, Département des Sciences de l'éducation, UQUAM, 1991.

1 LA TITRAILLE

On appelle « titraillle » l'ensemble comprenant le titre (avec surtitre et sous-titre) et les intertitres.

1.1 LE TITRE : PREMIER NIVEAU DE LECTURE

Le titre est le premier niveau de lecture, la première relation entre le lecteur et l'auteur. Il existe différentes façons de rédiger un titre¹ et chaque titre a sa fonction linguistique (référentielle, émotive, poétique, conative, métalinguistique). Pour plus de détail, l'annexe 2 rappelle les six fonctions du langage de Jakobson². Le titre fait signe au lecteur. Plusieurs spécialistes ont mis en avant les fonctions du titre dans la communication. Dans le cadre de la publicité, David Ogilvy³ identifie **sept (7) fonctions** du titre :

- 1 Il doit faire office de panneau indicateur, il dirige tous les lecteurs vers le texte ;
- 2 Il doit éveiller l'intérêt personnel du lecteur, c'est-à-dire qu'il doit donner à chaque lecteur l'impression qu'il est concerné ;
- 3 Il doit avoir un caractère d'actualité ;
- 4 Il doit pouvoir être long (plus de 6 mots) ;
- 5 Il ne comporte pas d'astuce, c'est-à-dire pas de jeu de mots, d'allusion trop littéraire ;
- 6 Il ne doit pas être à la forme négative ;
- 7 Il doit être signifiant à lui seul.

Pour les journalistes, le titre a cinq (5) fonctions :

- 1 Il doit **accrocher le regard** des lecteurs, c'est-à-dire qu'il doit être différent du reste du texte ;
- 2 Il doit **permettre le choix de lecture**. Le lecteur quotidien élimine en général de 70 % à 95 % des infos. Le titre doit lui permettre de décider en quelques secondes s'il va continuer ou non la lecture ;
- 3 Il doit **donner envie de lire**. Une fois que le lecteur a vu le titre et qu'il s'est arrêté dessus, il faut qu'il ait envie de poursuivre. Pour cela le titre doit l'attirer et le retenir ;
- 4 Il doit **contribuer à l'image de la publication**, c'est-à-dire qu'il doit correspondre au contenu. Cependant le décalage entre le titre et le contenu du texte peut être typique à certain journal (Libération par exemple) ;
- 5 Il doit **structurer la page**. Il est un élément typographique fort et doit apparaître comme le pilier ou la colonne vertébrale de la page. D'ailleurs, certains lecteurs ne retiennent que le titre.

Le titre délivre un message dense et original. Il est comme l'enseigne du commerçant, un panneau de circulation à la différence qu'il doit être toujours « nouveau ».

1 FURET Claude, Le titre, pour donner envie de lire, CFPJ, Paris 1995.

2 ROMAN Jakobson, Closing statements, Linguistics and Poetics, Style in langage, T.A. Sebeok, New-York, 1960. Traduction de Nicolas Ruwet, Linguistique et poétique, Essais de linguistique générale, Éditions de Minuit, Paris, 1963.

3 OGILVY Davis est un publicitaire, cité par Louis Timbal-Duclaux, l'expression écrite, édition ESF et cité par Claude Furet, le titre pour donner envie de lire, CFPJ, Paris 1995.



De façon concise et synthétique, le titre a quatre fonctions essentielles et doit être :

- **VU** (grâce à la typographie). Il doit être en gros caractère.
- **LU** vite. il doit être court ou composé de mots courts.
- **COMPRIS**. Il doit être clair, simple, sans ambiguïté.
- **RETENU**. Il doit être unique, même si l'actualité de répète.

D'une manière ou d'une autre (grâce aux possibilités offertes par les 4 principes précédents), le titre doit présenter le message essentiel de l'article avec des mots forts. C'est pourquoi un bon titre ne titre qu'un seul papier. Les articles n'ayant pas toujours le même objectif, il existe plusieurs types de titres.

1.2 LE TITRE ÉNONCIATIF

Ce type de titre se contente d'énoncer le sujet, parfois même uniquement le thème. Il n'est pas accrocheur, reste plat, mais donne le sujet. Il peut être instrumental ou indiquer directement le sujet.

✘ *Le titre énonciatif instrumental : les administrations publiques en 2008*

✓ *Le titre énonciatif sujet : les finances publiques en 2008*

1.3 LE TITRE INFORMATIF

Le titre informatif donne au lecteur l'essentiel d'une information. Ce type de titre est celui le plus souvent employé pour les titres des quotidiens, des sommaires des journaux. **Le titre informatif est le type de type à privilégier dans notre domaine, celui de la statistique.**

- ✘
1. *Baisse de la fécondité*
 2. *À Niamey, la fécondité baisse en raison d'un changement du calendrier de la nuptialité et d'une utilisation plus importante de la contraception*
 3. *La fécondité baisse à Niamey : changement des comportements*

Le premier titre est court mais il reste banal et peu précis. Le second titre est précis et complet et répond à toutes les questions que le lecteur peut se poser : les 6 W. Le nom « *baisse* » du premier titre a été remplacé par un verbe dans le deuxième titre. Le second titre est cependant trop long et difficile à assimiler à la première lecture. Le message essentiel n'est pas mis en avant et il est noyé dans les éléments d'information secondaires. Les tournures de phrases sont parfois maladroites (les résultats « *n'indiquent* » pas) et le titre comprend des expressions abstraites (*calendrier de la nuptialité*). Le troisième titre est bon car il est assez court et joue un rôle de signal. Les éléments explicatifs ont été cependant écartés.

Voici une proposition de titre qui pourrait répondre à ces différentes critiques :

✓ *Titre : La fécondité baisse à Niamey : changements des comportements*
Sous-titre : Moins d'enfants et de plus en plus tard

Ici, le sous-titre permet de préciser l'information, mais le titre peut être lu seul. Le titre informatif dit de quoi l'on parle, il rappelle le message essentiel de l'article. Enfin le titre informatif peut énoncer un fait ou une perspective.

✘

Le titre informatif Factuel : Déficit public : 120 milliards en 2019

Le titre informatif Perspective : Diminution importante du déficit en 2019

Dans l'exemple ci-dessus, le titre peut comporter un chiffre à condition que ce dernier soit parlant et qu'il constitue une information.

1.4 LE TITRE INCITATIF

Egalement désigné comme « titre-formule », le titre incitatif se caractérise par **la traduction d'une information par une formule plus percutante**. Ce type de titre a pour objectif de surprendre le lecteur tout en répondant fidèlement au contenu de l'information. Ce type de titre ne donne pas forcément le message essentiel, mais cherche à séduire le lecteur par un assemblage de mots repères ou d'idées lumineuses. Il peut faire appel à un jeu de mots, un comique de situation, une citation empruntée à un autre contexte. Le titre incitatif a d'abord été utilisé par les éditoriaux. Depuis les années soixante, il est de plus en plus présent dans les magazines d'actualité et dans la presse. Il a l'avantage d'être court et percutant (de 3 mots à cinq 5 mots). Etant donné qu'il est moins informatif, il est souvent associé à un surtitre, un sous-titre, mais il est possible de créer un titre à la fois informatif et incitatif.

Dans le cadre de la diffusion d'informations statistiques, il est important de rappeler qu'il faut toutefois faire attention aux formules et expressions qui ne parlent qu'aux initiés. L'humeur dans un titre doit être maniée avec prudence et l'auteur ne doit pas déformer la réalité pour le plaisir de faire un bon titre. Le titre incitatif ou titre-formule peut être soit explicatif (généralement recommandé dans le cadre de notre domaine), soit donner un jugement de valeur.

✘

Le titre incitatif Explicatif : La croissance des prélèvements obligatoires réduit le déficit public

✔

Le titre incitatif Explicatif : La croissance des prélèvements obligatoires réduit le déficit public

Le titre incitatif avec un jugement de valeur : Un déficit public toujours plus lourd : La France en route pour Maastricht

1.5 QUEL TITRE ?

Dans le domaine de la statistique, il est recommandé de **retenir principalement le titre informatif**. En effet, le titre énonciatif ne dit rien et le titre incitatif ne dit pas forcément l'essentiel. Lorsque l'auteur rédige un texte sérieux et qu'il lui donne un titre incitatif un peu humoristique, il risque d'y avoir un décalage.



Le titre informatif a cinq (5) qualités :

- 1 **La fidélité à l'article** : l'information donnée dans le titre est une vraie information et ne se limite pas à un paragraphe de l'article. Il doit donner une image fidèle au contenu de l'article ;
- 2 **Le bon usage des principes de proximités** ;
- 3 **La lisibilité** (simple et court) ;
- 4 **Le dynamisme** ;
- 5 **La précision.**

Il faut éviter les titres « sur-vendeur » : la statistique n'est pas dans un objectif commercial et il est déconseillé d'effectuer un titre sous forme de question. Bien que l'idée est d'intéresser le lecteur en lui suggérant que l'article donne la réponse à la question, le lecteur aura l'impression que l'article ne donnera pas la réponse ou que cette dernière restera imprécise.

Un titre peut être composé de 3 éléments dont 2 facultatifs.

- Le **surtitre** qui correspond le plus souvent au contexte (facultatif)
- Le **titre essentiel** qui correspond au fait
- Le **sous-titre** qui est en quelque sorte un commentaire (facultatif)

Surtitre : *Enquête Emploi*



Titre : *Le chômage a reculé de 2 % en 2019*

Sous-titre : *Les mesures « jeunes » ont porté leur fruit*

Tout comme dans le cadre de la rédaction du texte, le titre doit éviter certains écueils : comporter de répétitions, en particulier entre surtitre, titre et sous-titre ; ne pas donner d'information ; disposer d'adverbes ou d'adjectifs, de mots faibles ou abstraits ; dire plus que le message essentiel ; comporter une formule négative. La méthode pour rédiger un bon titre est d'écrire le message essentiel avec les mots clés indispensable et de lister une série de mots ou d'expressions en rapport avec les mots clés. **Du point de vue de la forme, il ne faut pas mettre de ponctuation à la fin d'un titre.**

2 LES INTERTITRES

Les intertitres ou « inters » ont dans la presse deux fonctions essentielles. Tout d'abord, ils servent à **aérer le texte** (mise en page) et on le retrouve au maximum tous les 1 500 signes (caractères + espaces). L'intertitre est comparé à une fenêtre qui permet au lecteur de jeter un coup d'œil sur le contenu de l'article (car il s'agit de quelques mots repris du corpus et mis en évidence typographiquement). Par conséquent, le positionnement visuel dans la page est important, il ne faut pas commencer par un intertitre, ni le mettre en bas de page. Ensuite les intertitres servent également à **relancer la lecture**, c'est-à-dire l'intérêt du lecteur. Par l'apparition des intertitres, le lecteur va naturellement rechercher dans le corps du texte l'extrait ou l'idée mise en exergue.

Un intertitre doit toujours se retrouver dans le texte qui suit. Il ne doit pas être un résumé d'un paragraphe, mais il doit comprendre des mots significatifs et l'idée précise du paragraphe. Ensuite, l'intertitre tout comme le titre ou les illustrations est **une entrée de lecture** et il faut donc rassurer le lecteur et l'inciter à lire l'article. Il répond aux mêmes exigences que la titrairie. Il peut être une citation courte, une image, un chiffre frappant ou encore une formule. Lorsque l'intertitre est imagé, frappant, concret, il remplit sa fonction.

Comme pour tout ce qui compose l'habillage, l'intertitre est trouvé à la fin de la rédaction, une fois que la structure et l'enchaînement des paragraphes sont déterminés. Il s'agit en pratique de faire des allers et retours entre la réflexion et l'écriture.

Il est important de signaler une grande différence entre les articles économiques, statistiques et démographiques et les articles de presse en générale :

- Dans la presse, les intertitres répondent d'abord au souci d'aérer la mise en page - souvent faits par le secrétariat de rédaction juste avant le maquettage et non par l'auteur -, et susciter la curiosité - d'où des intertitres purement incitatifs ;
- Dans un quatre pages type sur des résultats d'enquêtes ou d'information statistique, les intertitres servent d'abord à informer, à rendre les idées et leur enchaînement plus visibles : ils doivent être informatifs et révéler la structure du texte (idées essentielles et ruptures d'angle).

Ainsi, l'objectif de l'intertitre n'est pas le même. Dans nos publications, il fait office de titre pour des sous parties développant chacune une idée. Ainsi, l'intertitre respecte les mêmes principes que le titre et permet de relancer l'intérêt du lecteur. Afin d'aider le lecteur, il est recommandé de suivre un modèle identique pour les intertitres d'un même article. **A titre d'information, on estime que dans un journal 80 % de l'information est dans la titraile.**

3 LE CHAPEAU

Il existe d'autres éléments dans l'habillage qui permettent d'accrocher le lecteur, tel que le chapeau. Il a pour **objectif d'économiser le temps du lecteur**. Le chapeau est court (constitué de quelques lignes en gras) et positionné au sommet de l'article. Il présente les grandes lignes de l'article ou en résume le contenu.

Le chapeau a un double rôle. D'une part il sert à **informer** et d'autre part il sert à **accrocher** le lecteur. Il informe en donnant le message essentiel et en résumant les informations principales de l'article. Il accroche le lecteur en donnant le contexte, l'angle avec lequel l'auteur va traiter le sujet. **Il est la vitrine de l'article et résume le message essentiel**. C'est le chapeau qui facilite le choix du lecteur, tout en donnant envie de lire l'article. Suite à la lecture du titre, la lecture du chapeau est le deuxième niveau d'accroche et doit permettre au lecteur de décider ou non de poursuivre la lecture. Le chapeau est indispensable pour les articles longs (plus de 3 000 signes).

Le chapeau peut être informatif (résumé de l'information développée dans l'article) **ou incitatif** (comme le rôle de la bande annonce d'un film qui annonce le thème et donne quelques passages pour donner envie d'aller plus loin), voir les deux. La taille du chapeau correspond à un dixième de la longueur de l'article et **doit pouvoir être lu en 30 secondes**.

Comme pour le titre, il ne faut pas faire du chapeau un élément incitatif à l'excès car le lecteur doit y trouver ce qu'on lui a promis qu'il trouverait même si le chapeau est écrit un ton au-dessous de l'article. Il n'est pas le début de l'article. Il doit être rédigé après l'article car il est d'une certaine façon autonome. Il peut y avoir des cas particuliers où le chapeau devient une introduction. Il s'agit du **chapeau d'actualisation** (dans le cas où de nouvelles informations sont à ajouter à la suite de la rédaction de l'article), le **chapeau de présentation** (lorsque l'auteur veut expliquer les raisons pour lesquelles il écrit, pour présenter l'auteur ou la personne interrogée pour une interview). Il y a enfin le **chapeau-rappel** lorsque l'article est la suite d'un autre article (informations statistiques d'une série successive d'enquêtes de même type).



Avant de quitter le texte, le lecteur aura tendance à revenir au chapeau, ce qui lui permettra de retenir et mémoriser les idées principales qui y sont développées. C'est pourquoi le chapeau présente généralement les idées dans l'ordre desquelles elles sont exposées dans l'article. Il ne doit pas contenir des informations non exposées dans le corps du texte.

Du point de vue de la forme, il est également conseillé **d'éviter de mettre des questions dans le chapeau ou encore des généralités**. Il peut contenir des chiffres à condition que ces derniers ne soient pas nombreux et qu'ils soient parlants. La rédaction du chapeau doit être effectuée avec un soin particulier. Le chapeau n'est jamais être rédigé rapidement.

Le chapeau se résume avec l'opération suivante : Chapeau = Message Essentiel + Idées fortes et Mots repères

4 L'ACCROCHE

L'accroche est une variante du chapeau et s'en différencie concrètement par **des caractères plus gros et un emplacement variable**. L'accroche est un peu plus longue qu'un surtitre ou qu'un sous-titre et peut les remplacer. L'accroche sert donc **d'explication du titre et de chapeau de l'article**. Le style de l'approche est plus direct que celui du chapeau puisque son but est d'étonner et de toucher la curiosité du lecteur. Il arrive souvent que l'accroche soit une phrase complète d'un paragraphe ou une citation (en encadré).

5 L'ATTAQUE ET LA CHUTE

Pour être un bon pédagogue, il faut savoir rendre les lecteurs intelligents. Il ne s'agit donc pas d'étaler son savoir à base d'abstraction et de concepts qui font généralement peur. Malgré les apparences, cela demande moins d'effort, mais procure aussi moins de lecteurs. **L'attaque doit plonger le lecteur d'emblée dans le vif du sujet**. Il peut s'agir d'une citation, d'une image forte, d'une comparaison ou d'une affirmation, d'une anecdote.

Lorsque l'article est informatif et court, l'attaque correspond le plus souvent au message essentiel (brève de quelques lignes), mais lorsque le papier est long, le message essentiel est mis dans le chapeau et l'attaque est différente. L'auteur peut attaquer l'article sous un angle particulier, un « gros plan » ou sur un point de détail qui accroche le lecteur et le plonge dans le vif du sujet.

L'article suivant illustre ce pragmatisme. Tiré d'un hebdomadaire de référence, *The Economist*, il traite de l'indice des prix. Plus précisément, il aborde l'impact des nouveaux produits sur l'indice. Il s'agit bien d'un sujet complexe et d'un article d'économie et de statistique, mais que l'auteur arrive à rendre proche de ses lecteurs par un premier paragraphe correspondant à une « attaque » concrète, vivante et illustrée d'exemples quotidiens. La lecture de l'article témoigne de toujours de ce même souci : **être proche de son lecteur**.

« Aujourd'hui, même les prix peuvent devenir virtuels

La valeur des nouveaux produits peut sembler évidente à ceux qui les achètent. Mais pour un économiste, rien n'est évident.

Vivez-vous mieux aujourd'hui qu'il y a dix ans ? A priori, la réponse est simple : il suffit de comparer votre revenu d'aujourd'hui avec celui d'hier et de voir s'il a augmenté plus vite que l'indice des prix.

À la réflexion, néanmoins, le calcul n'est pas si évident. Votre nouvelle voiture, avec tous ces systèmes contrôlés électroniquement, a peu de choses à voir avec celle que vous aviez dix ans auparavant. Vos chemises en coton n'ont plus besoin de repassage. Votre sèche-linge est assez intelligent pour s'arrêter tout seul quand vos chaussettes sont sèches, et votre télévision vous permet de regarder deux chaînes à la fois. Tout ce progrès technique rend la vie assurément meilleure – mais de combien ?

Les gens normaux ne réfléchissent pas beaucoup à cette question. Si les nouveaux gadgets ne sont pas hors de prix et s'ils rendent la vie plus facile ou plus gaie, alors ils trouvent intéressant de les acheter. Point final. Les économistes eux veulent une réponse plus précise. La trouver est une tâche difficile, à la fois théoriquement et statistiquement.

La méthode traditionnelle consiste à estimer combien les gens auraient dû payer en plus, aux prix d'il y a dix ans, pour vivre aussi bien qu'aujourd'hui. Comparez le résultat avec ce qu'ils dépensaient à l'époque, et vous obtenez la solution. Voilà, à peu près, comment sont construits la plupart des indices du coût de la vie. Cependant, par définition, les produits qui sont arrivés sur le marché récemment n'avaient pas de prix dix ans plus tôt. La méthode habituelle pour calculer leur effet sur le bien-être des consommateurs ne marche pas.

Ceci est un problème pour les politiciens aussi bien que pour les économistes. Les indices de prix officiels déterminent les prestations sociales, orientent les budgets des gouvernements et servent de référence dans les négociations salariales du secteur privé. S'ils ne prennent pas correctement en compte les avancées du progrès technique, les indices de prix ne sont qu'un médiocre indicateur de la variation du coût du panier de la ménagère. Les Américains continuent de discuter des conclusions de la Commission Boskin de décembre dernier, selon lesquelles l'indice des prix à la consommation américain surestime les variations du coût de la vie de plus d'un point de pourcentage par an, plus de la moitié de ce biais étant due à la sous-estimation de l'effet du progrès technique et de la meilleure qualité des produits.

D'où l'intérêt d'un récent article de Jerry Hausman, économiste au MIT. Celui-ci propose un nouveau moyen pour calculer la valeur réelle d'une innovation. Son idée est que, bien qu'un produit n'ait pas de prix avant de venir sur le marché, il est possible d'inférer la somme que les consommateurs auraient été disposés à payer si le produit avait existé.

Quand ils arrivent sur le marché pour la première fois, la plupart des nouveaux produits ont un prix relativement haut et une demande faible. M. Hausman observe de combien s'accroît la demande pour un nouveau bien quand son prix commence à diminuer, en construisant le type de courbes de demande sur lesquelles planchent les étudiants de première année d'économie. Mais il va plus loin, et utilise la courbe pour estimer le prix « virtuel » – le prix le plus bas correspondant à une demande nulle si le produit avait été en vente. M. Hausman suppose alors que le nouveau produit est arrivé sur le marché à ce prix virtuel. Les consommateurs devront dépenser davantage sur d'autres produits pour avoir autant de satisfaction sans lui qu'ils en auraient eu avec lui. Ce surcroît de dépense correspond à la valeur qu'ils attribuent à l'innovation technique.

En utilisant le prix virtuel, les économistes peuvent avoir une idée claire, théorique, des nouveaux produits qui ont eu un effet significatif sur les conditions de vie. Évidemment, un produit dont l'usage est très répandu aura probablement eu un grand impact. Ce sera aussi le cas pour un produit dont la demande n'est pas beaucoup affectée par un changement de prix, ou qui a peu de proches substituts : il aura un prix virtuel élevé parce que les gens seront prêts à payer beaucoup pour ne pas s'en priver. Ainsi, les messageries personnelles seront-elles jugées comme étant un grand progrès : des millions de gens choisissent de payer une somme importante pour les utiliser parce que rien ne peut les remplacer. À l'opposé, une nouvelle marque de soda aura un prix virtuel



bas. Elle n'améliorera pas significativement le niveau de vie des consommateurs.

M. Hausman a utilisé sa méthode sur le secteur du téléphone cellulaire, que possède désormais un américain sur six. En 1996, le gain des Américains en bien-être induit par la possession d'un téléphone cellulaire est estimé entre 24 et 50 milliards de \$ par M. Hausman. Ce chiffre n'est pas plus précis parce qu'il n'y a pas de façon exacte de mesurer le prix virtuel. Au mieux on trouve un intervalle, dont l'ampleur dépend de la manière dont on interprète la relation entre le prix et la demande.

Réalité virtuelle

Pour le moment, cette amélioration significative du bien-être des Américains – environ entre 0,3 et 0,6 % du PIB – n'est pas prise en compte par les statisticiens qui construisent l'indice des prix. En fait, les téléphones cellulaires ne font même pas partie de l'indice des prix. S'ils étaient inclus, dit M. Hausman, l'indice des prix des télécommunications montrerait une baisse et non une augmentation des prix.

Ça monte ou ça baisse ?

Il y a deux raisons à cela. La première est la valeur de l'innovation en elle-même. En second lieu, le prix des combinés et des services a dégringolé depuis que les téléphones cellulaires ont été introduits. Les premiers téléphones coûtaient 2000 \$ ou davantage ; aujourd'hui, des versions bien plus légères coûtent au plus 200 \$. Les abonnés qui passent 160 minutes par mois au téléphone, dont les quatre cinquièmes à plein tarif, paient 22 % de moins en 1996 qu'en 1985. Si ce nouveau produit avait été introduit dans l'indice des prix, celui-ci aurait baissé de 1,3 % par an depuis 1988 selon M. Hausman ; avec une estimation plus prudente sur la valeur de l'innovation, on obtiendrait une stabilité des prix. L'indice officiel a, en fait, augmenté de 1 % l'an.

Les marges de l'estimation sont telles que les résultats sont largement sujets à caution. Au sein même de l'étude de M. Hausman, l'estimation la plus forte de la valeur du téléphone cellulaire est le double de la plus petite. Les implications statistiques ont de quoi décourager ceux qui fabriquent les indices de prix, ou qui les utilisent. Et la théorie qui les sous-tend ouvre des horizons insoupçonnés. Quelle grand-mère n'a pas raconté à ses petits enfants, près de l'âtre, qu'autrefois les gens n'avaient pas la télévision et ne pensaient pas en vivre plus mal. Et bien désormais, nous pouvons savoir de combien.

The Economist, june 14th 1997 ».

Sur cet exemple, **la chute rebondit sur l'attaque et la boucle est bouclée** nous donnant un sentiment de circularité et de plénitude. Le lecteur est récompensé d'être allé jusqu'au bout. Il se sent complice de l'auteur. **La chute peut être un élargissement d'angles, un appel à aller plus loin, une interpellation et ont pour objectifs de sortir le lecteur de l'article.**

Lorsque l'auteur commence à rédiger son article, il commence par un ou deux paragraphes d'introduction d'ordre général. Lors de la relecture, bien souvent ces paragraphes d'introduction apparaissent inutiles : ils retardent l'entrée dans le vif du sujet. L'attaque correspond au remplacement de ces paragraphes d'introduction. De même la première conclusion que l'on rédige est souvent un résumé que le lecteur lui-même est capable d'effectuer. **La chute** qui n'est jamais une conclusion, offre la possibilité de supprimer une conclusion générale par l'élargissement d'un angle non traité (autre problématique du thème, hypothèses, questionnement, perspectives...).

6 L'ENCADRÉ OU L'ANNEXE EST UN AUTRE ANGLE À EMBELLIR

L'encadré fait également partie de l'habillage de l'article. Comme son nom l'indique, il est présenté entouré d'un trait (encadré). Il correspond à **un gros plan par rapport à l'article principal**, un enrichissement. L'encadré souligne un aspect particulier où apporte un éclairage différent, c'est pourquoi il est présenté à part.

Il est le complément indispensable des articles importants et comporte en moyenne 1 500 signes : courts portrait d'une personne citée, historique, statistiques, vocabulaire, données techniques, bref entretien, reportage court, rappel d'une position officielle... Tout comme l'illustration de l'article (photos, tableau, carte...) et la légende, l'encadré est lu le plus souvent avant l'article et il doit pour cela avoir son propre titre, être lu et compris sans nécessité de lire l'article.

7 LA LÉGENDE

Une carte, une photo, un tableau ou graphique même parlants, parlent encore plus avec une légende. Lorsque l'auteur propose une image ou un graphique, il doit prendre un temps pour lui donner une légende. **La légende intervient au premier niveau de lecture** car lorsque le lecteur est attiré par l'angle de l'image, il lit automatiquement la légende. Elle doit être informative et donner des éléments indispensables à la compréhension de ce qu'elle accompagne (de quoi s'agit-il ? Ou est-ce ?...). Elle doit être incitative et donner envie de lire l'article. C'est souvent par une carte et sa légende que le lecteur entre dans l'article. Pour les photos, il existe des mentions obligatoires de l'auteur de la photo.

8 NOTE DE BAS DE PAGE

Ce qui est mis en note de bas de page n'est pas nécessaire pour suivre la lecture. Le lecteur intéressé pourra revenir aux indications qui y sont fournies (références légales, bibliographiques...). Inversement, **il ne faut pas mettre en note de bas de page ce qui est nécessaire pour suivre la lecture**. Généralement, les notes de bas de page gênent la lecture car le lecteur est obligé d'interrompre sa lecture et ensuite de rechercher l'appel de note pour reprendre la lecture. D'ailleurs les notes de bas de page ont pratiquement disparu dans la presse. L'auteur devra donc soit les supprimer lorsque ces dernières ne sont pas utiles, la reporter dans un encadré ou une note de tableau ou encore l'intégrer dans le texte. L'insertion de notes de bas de page dépend bien sûr du type de texte car ces dernières sont parfois obligatoires pour les textes scientifiques.

9 LA NUMÉROTATION

Lorsque l'article est relativement long, il est possible de numéroter les titres et les sous-titres. Cette démarche est un **excellent principe** car elle aide le lecteur à voir clair dans la structure générale du texte. **Il ne faut généralement pas dépasser trois niveaux**, car la numérotation aurait alors l'effet inverse.

10 LA MISE EN ÉVIDENCE

Une fois la structure de texte élaborée, il est important d'utiliser des mises en forme adéquates pour mettre en évidence (**gras**, *italique*, soulignement, taille de la police, espacement avant et après, alignement centré...). L'auteur met en évidence ce qui peut aider le lecteur à comprendre



le texte. Le choix des techniques de mise en évidence ne se fait pas au hasard, mais doit respecter certains principes. Mal utilisées, les procédures de mise en évidence rendent au contraire la lecture plus lente.

Les italiques ont souvent un rôle conventionnel et sont employées généralement pour signaler les extraits que l'on cite, les titres des livres. Ils ressortent moins que le gras. Les caractères en italiques sont moins efficaces pour mettre du texte en évidence.

Le soulignement doit être utilisé avec une réserve. En effet, il peut compromettre la lecture en fonction du jambage de certaines lettres (j, p, g, q). Tout en mettant en évidence, le soulignement peut avoir un impact négatif sur la lisibilité. Il est important de ne jamais souligner des passages trop longs. Le soulignement perd alors son intérêt de mise en évidence et augmente la difficulté de lecture.

Il est également conseillé d'utiliser un caractère plus grand ou d'encadrer certaines parties du texte. Ces principes de mise en évidence ne doivent pas concerner trop de lignes.

Il est fortement déconseillé de changer les types de caractères trop souvent. L'auteur doit s'abstenir à un maximum de deux types de caractères (par exemple un type de caractère pour les titres et un autre pour le texte).

L'utilisation des couleurs permet également de mettre en évidence les éléments importants de l'information. Il existe des principes pour utiliser une même gamme de couleurs qui dépend généralement d'un format type de la diffusion (couleurs du logo de l'INS, respect de la Charte graphique de l'Insitution). Certains contrastes disparaissent à la photocopie. Si le format de diffusion est en noir et blanc, l'auteur doit effectuer des tests avant l'impression finale.

Quelques règles de mise en page sont à prendre en compte :

- Ne pas entasser le maximum de choses dans un minimum de place ;
- Faire attention à l'espace vide autour du texte (les blancs) ;
- Eviter que l'ensemble du texte soit condensé en un seul bloc ;
- Aérer votre texte en fonction des intertitres et des alinéas ;
- Ne pas jongler avec les polices de caractères ;
- Eviter les symétries faciles (horizontales, verticales...) ;
- Organiser votre article de façon ordonnée et cohérente ;
- Utiliser le même ton et le même style dans la présentation, la titraille.

11 LES FORMULES STATISTIQUES ET SIGNES MATHÉMATIQUES

L'objet des techniques rédactionnelles est d'écrire de façon efficace, de façon à être lu et compris. Lorsque l'on s'adresse à un large public, le statisticien ne peut pas exiger du lecteur une connaissance poussée des mathématiques. **Parfois une formule simple permet de faciliter la compréhension, mais l'auteur ne doit pas aller au-delà de l'addition, la soustraction, la multiplication et la division.**

Les signes « + », « - », « x » et « / » s'écrivent toujours sous la forme abrégée et sont séparés du texte auquel ils se réfèrent à l'aide d'espaces insécables.

L'habillage s'effectue après la rédaction et correspond aux étapes essentielles suivantes :

- 1. Premières idées, premiers jets, premiers titres (pour visualiser l'idée) ;**
- 2. Écriture, réécriture, du texte ;**
- 3. Retours sur enchaînements, expressions (souvent simplifier, dégraisser : enlever les phrases d'introduction/présentation, de transitions, l'info au début) ;**
- 4. Retour sur la Titraile en fonction des modifications du texte.**

« On s'habille toujours à la fin » : Le titre, les intertitres ou le chapeau sont écrits lorsque l'on dispose du contenu définitif de l'article ou de l'étude. On met son chapeau à la fin.



CHAPITRE 10 : LES REPRÉSENTATIONS GRAPHIQUES ET LES TABLEAUX

Dans la première partie de ce guide, les éléments essentiels de techniques rédactionnelles ont été abordés. Si l'auteur prend en compte ces techniques, son article sera plus attractif, abordable au public. **Ces techniques sont appropriables et c'est à l'auteur de les mettre en pratique.** Elles participent à une meilleure communication vers les utilisateurs et à une meilleure sensibilisation vers le public.

La spécificité de notre domaine (statistique, démographie, économie) engendre l'utilisation de certaines illustrations telles que les graphiques ou les tableaux. Il paraît donc évident d'établir quelques recommandations et techniques sur l'objectif de ces illustrations.

1 OBJECTIFS DES GRAPHIQUES ET DES TABLEAUX

Les graphiques ne sont pas là pour faire « beau ». Ils constituent **un autre niveau de lecture** et doivent apporter une information facile à comprendre et à mémoriser. Le rôle des graphiques est donc de **délivrer un message** (une tendance, des poids relatifs, un classement, une évolution, etc.). Par conséquent, les graphiques et les tableaux mettent en relief l'information principale des données chiffrées. Dans le cadre du processus de mémorisation, l'image (et par conséquent le graphique) permet **d'améliorer la mémorisation** : elle est un élément mnémotechnique important qui stimule la rétention de l'information. Le graphique donne donc un message visuel qui est parfois plus adapté pour un public moins motivé ou moins habile sur le plan cognitif.

Etant donné que l'illustration (tableau ou graphique) donne un message, **il constitue à lui tout seul un angle du thème**, un point particulier ou un complément d'information. Ainsi, il est **autonome** et peut être lu sans le texte. L'avantage du graphique est d'être vu. Cette remarque paraît évidente, mais encore faut-il que le graphique soit regardé et approprié au message que l'auteur veut transmettre au lecteur. Il s'agit ici de se mettre à nouveau à la place du lecteur et d'effectuer un choix raisonné de l'illustration.

2 UN CHOIX RAISONNÉ

Il est mieux d'introduire dans nos articles des graphiques, plutôt que des tableaux. Lorsque l'auteur hésite entre le tableau ou le graphique, il doit opter pour le graphique et mettre le tableau en annexe si nécessaire. Bien sûr en fonction des possibilités, il est encore mieux d'introduire des cartes. Comme le souligne Corinne Benveniste¹ : « *l'utilisateur peut [...] puiser l'information gratuitement sur un site Internet* ». Les chiffres détaillés peuvent donc être accessibles par le lecteur lorsque ce dernier désire avoir des informations plus fines à travers Internet.

L'avantage du graphique est qu'il donne une image d'ensemble dont les caractéristiques se saisissent de premier coup d'œil. Il en est de même pour une carte : une carte géographique mettant en avant la répartition des enfants scolarisés selon le découpage administratif permet au lecteur d'identifier tout de suite les disparités. Si cette répartition est illustrée à travers un tableau, le lecteur est obligé de lire le tableau pour identifier les valeurs les plus importantes ou les plus faibles.

¹ Benveniste Corinne, *Savoir compter, savoir conter*, Episode N°3 – Des graphiques et des tableaux, *Courrier des statistiques* n°115 p.49.

Pour comprendre tout l'intérêt d'un graphique, il suffit d'imaginer comment le lecteur pourrait réagir devant un tableau représentant la répartition de la population par classes d'âges selon deux recensements à la place de deux pyramides des âges superposées.

Selon la nature de l'information à représenter, il faut utiliser un type de graphique ad hoc. Le choix dépend de la nature des données. Même si les tableurs permettent de faire facilement des graphiques à partir d'un tableau, il faut cependant éviter de faire n'importe quoi et d'utiliser une représentation correspondante à ce que l'on veut montrer.

L'utilisation d'une représentation graphique dépend du type de données :

- **Variables quantitative continues** (comme l'âge ou le salaire) pouvant prendre un nombre important de valeurs ;
- **Variables quantitatives discontinues** (comme le nombre de pièces dans un logement ou le nombre de véhicule dans un ménage) qui prennent un nombre restreint de valeurs entières ;
- **Variables qualitatives ordonnées** caractérisé par un ordre logique des modalités (comme les modalités « tous les jours », « tous les deux jours », « toutes les semaines », « tous les mois », « tous les 6 mois »...);
- **Variables qualitatives non ordonnées** dont les modalités n'ont pas un ordre logique (comme les professions, les produits de consommations, les lieux géographiques...).

Ainsi en fonction du type de données, l'auteur sélectionne l'illustration adéquate. Marc Arabyan distingue la nature des données en synchroniques ou diachroniques¹. Ainsi les données qui reflètent un état à un moment donné (recensement, enquêtes) sont des données synchroniques. Les données qui reflètent un état à plusieurs moments donné sont diachroniques. Ensuite les données peuvent être cumulables ou non.

Tableau 8 : Combinaison des critères de choix pour une représentation graphique

<i>Types de données</i>	<i>Synchroniques</i>	<i>diachroniques</i>
Cumulables	Camembert	histogramme
Non cumulables	Radar	courbes

Source : Marc Arabyan, Le prêt à cliquer, typographie et mise en pages, Harmattan, 1997, p.64

3 SIMPLIFIER L'ILLUSTRATION EST INCONTOURNABLE

Il est primordial que les représentations graphiques soient **simples**. Si la représentation graphique est compliqué et qu'elle demande un effort au lecteur pour être comprise, elle perd son avantage (elle ferme une porte d'entrée dans le texte) et diminue la vue global du message. Dans ce cas, il est déconseillé d'employer une représentation graphique. Aucune représentation graphique ne doit comporter de lecture en trois dimensions (de gauche à droite, de bas en haut, d'avant en arrière).

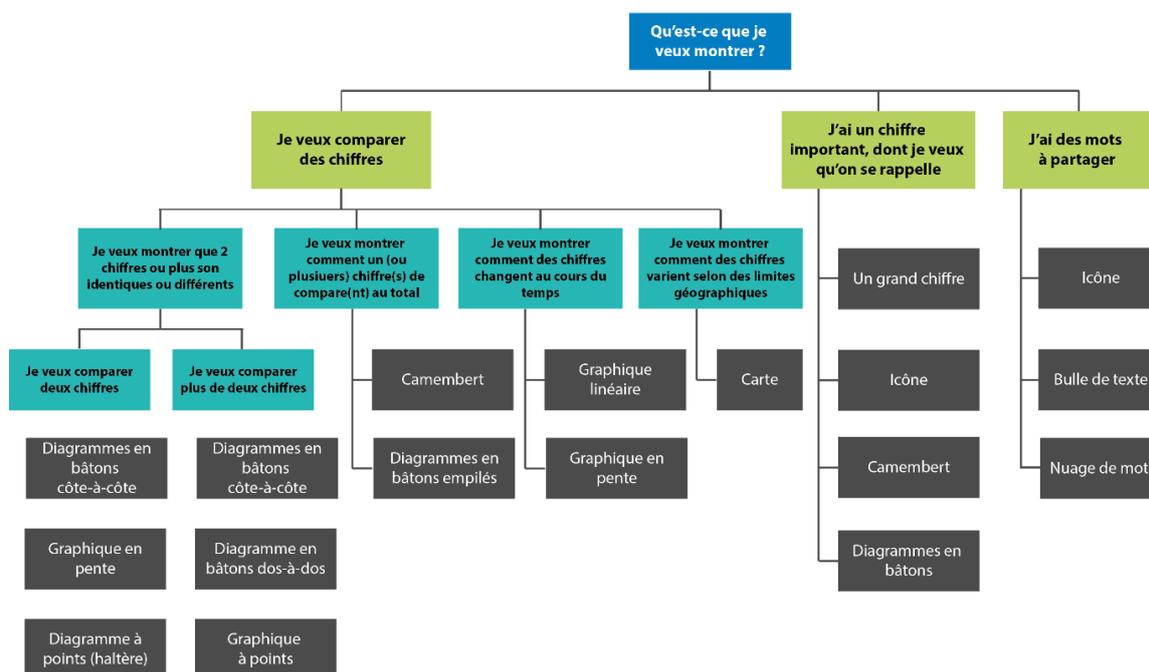
4 ARBRE DÉCISIONNEL POUR LA VISUALISATION DES DONNÉES

L'arbre décisionnel pour la visualisation des données a pour objectif d'aider les producteurs d'informations statistiques à visualiser les données de manière appropriée.

¹ Marc Arabyan, Le prêt à cliquer, typographie et mise en pages, Harmattan, 1997, 125 p.



Figure 4 : Arbre décisionnel pour la visualisation des données



Source : <http://stephanieevergreen.com>

5 LE TABLEAU

Le tableau que le statisticien produit avec un logiciel d'analyse et d'exploitation n'est pas inséré tel quel dans l'article. C'est pourquoi, l'auteur doit procéder à **une réduction du tableau aux chiffres essentiels**. Le tableau peut représenter une répartition en effectif ou en pourcentage, une évolution selon une période déterminée. Par exemple, pour un tableau représentant une information selon les âges des individus, l'auteur effectuera des classes d'âges car le lecteur ne peut pas mémoriser 99 lignes. **La sélection de l'information la plus importante ou la plus proche du lecteur et le regroupement par catégories constituent une première étape**. Ensuite, le format de publication est limité. Par conséquent, la taille du tableau également.

Tout comme le corps de l'article, **un tableau doit commencer par l'essentiel**. Pour une comparaison temporelle, **le tableau commence par les années les plus récentes** (partie gauche de tableau) contrairement au tableau de travail qui suit l'ordre chronologique. L'année la plus récente peut également être mise en **gras**.

Si le tableau représente **une variable qualitative non ordonnée**, l'auteur ne doit pas suivre l'ordre des modalités de réponses de la variable provenant de la nomenclature d'origine. Le message du tableau sera mieux compris si l'auteur **respecte l'ordre croissant ou décroissant des effectifs par modalités**.

Lors de la diffusion des résultats d'un recensement, on diffuse un tableau de la population par ordre d'importance et non par ordre alphabétique des circonscriptions administratives.

Les titres des tableaux ou intitulés des colonnes doivent être simples, courts, précis et facile à lire. Comme toute illustration, le tableau doit être introduit par un titre, doit comporter la source et parfois une note de lecture.

Tableau 9 : Décès déclarés par sexe et âge (premier semestre 2009)

	M					F				
	Age	Ma sc.	Fém.	Deux sexes	Effectifs	Age	Masc.	Fém.	Deux sexes	Effectifs
X	0	8,9	9,1	9,0	53	[30,35[6,3	4,4	5,4	32
	1	4,8	5,8	5,3	31	[35,40[5,4	5,1	5,3	31
	2	1,0	0,0	0,5	3	[40,45[6,3	4,0	5,3	31
	3	0,3	1,5	0,8	5	[45,50[6,3	3,6	5,1	30
	4	0,3	0,4	0,3	2	[50,55[4,4	3,6	4,1	24
	[5,10[2,2	2,2	2,2	13	[55,60[9,2	9,5	9,3	55
	[10,15[1,3	2,6	1,9	11	[60,65[7,0	4,7	5,9	35
	[15,20[2,2	2,9	2,5	15	65 ans et plus	28,6	29,9	29,2	172
	[20,25[2,5	6,6	4,6	27	Ensemble	53,5	46,5	100,0	589
	[25,30[2,5	4,0	3,2	19	EFFECTIF	315,0	274	589	

Source : CSI, Commune X

Tableau 10 : Surmortalité des nourrissons et des jeunes mères, répartition des décès selon l'âge et le sexe

	Age (an année révolue)	Masculins (effectifs)	Féminins (effectifs)	Ensemble (effectifs)	Masculin (%)	Féminin (%)
	✓	Moins de 1 an	28	25	53	53%
Entre 1 et 2 ans		15	16	31	49%	51%
2 -10 ans		12	11	23	52%	48%
10-20 ans		11	15	26	42%	58%
20-30 ans		16	29	45	35%	65%
30-40 ans		37	26	63	59%	41%
40-50 ans		40	21	61	66%	34%
50-60 ans		43	36	79	54%	46%
Plus de 60		112	95	207	54%	46%
Ensemble		313	274	587	53%	47%

Source : Centre de Santé Intégré, Commune X

1. Selon l'exemple le tableau 9 initial est divisé en 2 tableaux, ce qui rend la lecture difficile. **Une réduction du tableau aux chiffres essentiels** a été effectuée. Selon les résultats, l'information essentielle réside dans la part importante des décès pour les nourrissons, l'augmentation du nombre de décès avec l'âge et la part importante des décès à partir de 50 ans. Ainsi la répartition des classes d'âges a été révisée afin de donner les messages essentiels (tableau 10). Cette réduction du tableau permet également de répondre aux contraintes de publication (taille du tableau).

2. A lecture du tableau 9 initial, il est difficile de comprendre si les données pour les colonnes « masculin » et « féminin » sont en effectifs, en pourcentages (faute de légende appropriée) et si la lecture se fait en ligne ou en colonne. La compréhension du tableau est rendu encore plus difficile par les deux dernières lignes « ensemble » et « effectif » qui veulent dire la même chose. Or, ce qui paraît intéressant à travers les résultats, c'est l'inégalité des sexes face à la mort selon l'âge et non la proportion de personnes de sexe masculin décédés selon l'âge. Dans le tableau 9, le lecteur pense tout de suite que les enfants de sexe féminin sont plus touchés par la mort que les enfants de sexe masculin. Or, c'est le phénomène inverse qui est la réalité. Dans le second



tableau 10, les pourcentages « masculins » et « féminins » ont été remplacés par les effectifs. La proportion de décès selon l'âge pourra être intégrée dans l'analyse du tableau en fonction des messages essentiels (9% des décès concerne les moins d'1 an (53 décès) et 35 % les plus de 60 ans (207 décès) de façon à rendre complémentaire le tableau et l'analyse. Ainsi, dans le tableau 10, la lecture des pourcentages s'effectue en ligne et permet de montrer l'inégalité face à la mort selon l'âge.

3. L'intitulé de la troisième colonne dans le tableau 9 « deux sexes » a été remplacé par « ensemble » dans le tableau 10 afin d'éviter de mauvaise interprétation.

4. Les chiffres importants ont été mis en **gras**. Le tableau 10 permet de mettre en avant un message essentiel complètement absent du tableau 9 : Il existe une surmortalité des femmes pour la classe d'âge 20-30 ans. Cette classe d'âge correspond à la période de maternité/accouchement.

5. Le titre a été également révisé pour informer et non décrire le sujet de tableau.

6. Le sigle CSI a été expliqué, la mise en forme a été révisée pour faciliter la lecture.

6 UN TABLEAU À DOUBLE ENTRÉE

Il est conseillé d'introduire des tableaux à double entrée. Ces derniers ont l'avantage d'être lus dans n'importe quel sens. Ce tableau doit cependant être simple surtout lorsque l'auteur s'adresse à un public large. Le tableau à double entrée est peu utile s'il ne présente pas de relation horizontale (simple disposition du texte en deux colonnes) et peut être utilisé pour des chiffres comme pour du texte.

7 LES PRINCIPES DES GRAPHIQUES

Bien que moins précis que le tableau, **le graphique attire l'œil et permet une perception directe du message, une lecture globale**. La lecture du graphique dans un texte doit être autonome.

Du point de vue de sa structure, tous les graphiques utilisent :

- Les **deux** dimensions du plan
- **Des moyens graphiques** (lignes, surfaces, couleurs...).

Les graphiques représentent un phénomène à l'aide de plusieurs « composantes ». Habituellement, les axes classiques sont : en abscisse le temps, en ordonnée les valeurs. Lorsque qu'un axe représente le temps, il est habituel de le figurer en abscisses. Les axes x et y du graphique **permettent de représenter des composantes longues** où les modalités sont très nombreuses. Ils permettent aussi une représentation de variables ordonnées par nature (le temps, les âges).

Pour la bonne lisibilité d'un graphique **les composantes graphiques ne doivent pas être trop nombreuses**. Leur nombre est variable selon le type de graphique. Les courbes admettent généralement un nombre de composantes plus grand que les histogrammes. Mais pour la plupart des graphiques **il ne faut pas dépasser 5 à 6 composantes graphiques**. Il faut souvent se contenter de 2 ou 3 composantes. Enfin les composantes qui ne sont pas ordonnées par nature (variables qualitatives non ordonnées) peuvent être ordonnées de la plus petite valeur à la plus grande, ou inversement. Cela permet de guider l'œil pour une lecture directe et rapide de l'information. Les histogrammes « en cumulé » sont très controversés. Ils ont l'inconvénient de rendre difficile la lecture élémentaire du graphique, mais ils permettent une bonne lecture d'ensemble quand ils sont bien utilisés.

Le graphique comprend **un titre énonciatif intégré au graphique** parfois complété par un titre informatif ou par un commentaire court rappelant le message essentiel qui met en exergue l'information principale à retenir. **Le titre énonciatif** comprend nécessairement les principales composantes du graphique. Comme tous les titres, il doit être rédigé de manière simple et efficace. Il est complété par l'intitulé des axes x et y et par la légende des composantes graphiques.

A chaque fois que l'auteur élabore un graphique, il doit toujours avoir à l'esprit que son illustration sera imprimée. Par conséquent il doit respecter certains principes :

- 1 Vérifier le nombre de couleurs disponibles dans la publication ;
- 2 Ne pas utiliser un nombre trop important de couleurs ;
- 3 Ne pas utiliser des nuances de couleurs proches;
- 4 Vérifier la taille effective de l'illustration.

Le respect de ces principes relève toujours **des critères de lisibilité et de mémorisation**. L'impression du graphique permet à l'auteur de vérifier que les nuances ou le nombre de couleurs n'entraînent pas un effort supplémentaire pour le lecteur. Si l'auteur est limité au noir et blanc, il sera obligé d'effectuer des graphiques simples comportant peu de courbes ou de niveaux de gris.

Les lecteurs sont habitués à voir certaines formes de représentations graphiques classiques (pyramide des âges, courbes d'évolution, diagramme en bâtons...). L'auteur doit plutôt mettre l'accent sur ce que le graphique montre que sur son esthétique. L'auteur doit respecter les habitudes des lecteurs au risque d'entraîner une mauvaise interprétation du graphique. Certains graphiques sont plutôt destinés à analyser l'information (courbes en x et y, nuages de points, radars...), mais l'expérience montre qu'ils passent difficilement auprès du grand public. Il faut donc les éviter dans les publications destinées à un large public ou les utiliser avec beaucoup de modération.

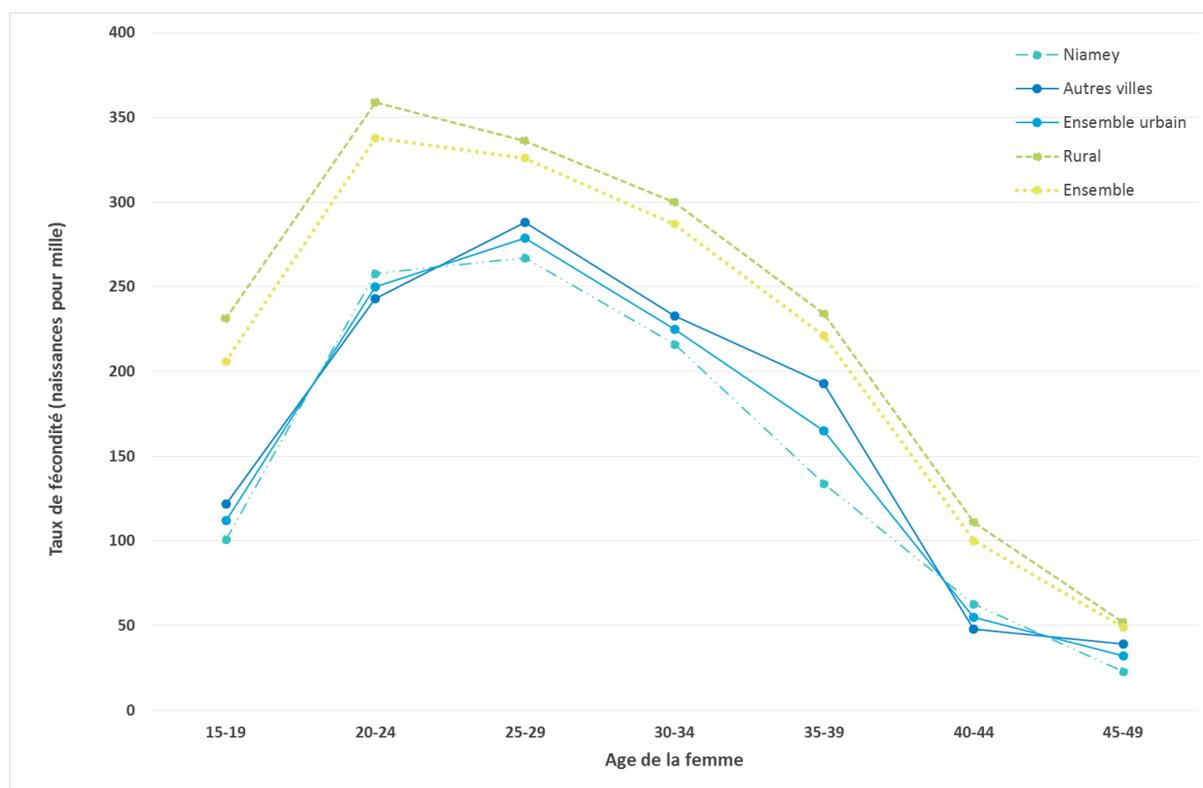
8 DES INFORMATIONS DANS LE TEMPS : PRIVILÉGIEZ LES COURBES

Le graphique en courbes selon les axes x (abscisses) et y (ordonnées) est idéal pour représenter des séries longues chronologiques ou ordonnées : **variables quantitatives discontinues et variables qualitatives ordonnées (données diachroniques non cumulables)**. En effet, certaines variables utilisées dans notre domaine sont chronologiques (années, mois, jours) ou se caractérisent par un ordre qui ne peut pas être changé (les âges par exemple). Les courbes sont faciles à lire car la ligne guide la lecture. Elles sont utilisées pour comparer des évolutions d'indices, d'effectifs, de pourcentages et montrent les tendances.

L'auteur doit éviter de mettre trop de courbes sur un même graphique en particulier si les courbes se superposent ou se croisent.



Graphique 1 : Courbes - Taux de fécondité générale par âge selon le milieu de résidence

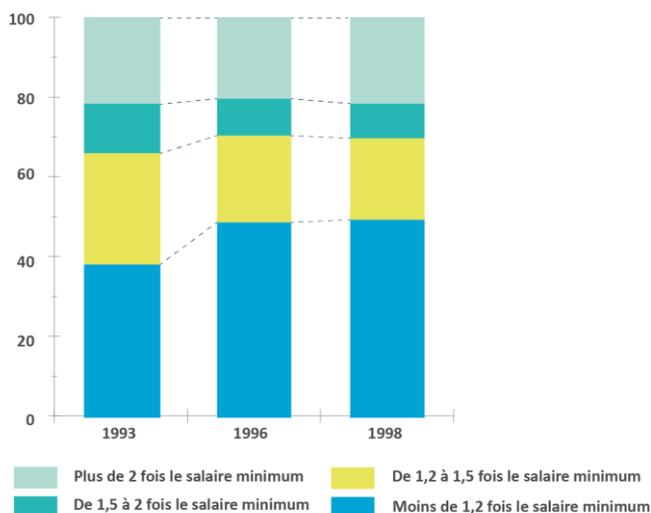


Source : EDSN-MICS IV 2012 Niger

9 L'HISTOGRAMME OU GRAPHIQUE EN BÂTON

Souvent appelé « graphiques en bâton », ce type de graphique est le plus courant et permet de comparer des valeurs dans le temps tout en empilant différents paramètres. L'histogramme est utilisé pour représenter les **variables qualitatives ou quantitatives discontinues (données diachroniques cumulables)**. Il permet de classer les informations selon un ordre chronologique ou ordonné. Chaque modalité est représentée par un bâton dont la hauteur est proportionnelle à l'effectif. Déjà évoqué précédemment, les variables qualitatives discontinues peuvent être ordonnées de la plus petite valeur à la plus grande ou inversement. Ainsi le graphique à barre est utilisé pour comparer des catégories de données.

Plusieurs possibilités sont offertes par la représentation en histogramme. Il est également possible d'utiliser **différentes couleurs pour représenter deux variables : un niveau de lecture supplémentaire**. Il est également possible **d'effectuer des histogrammes « en cumulé »**, c'est-à-dire découper les bâtons en plusieurs segments représentant un variable, en restant raisonnable pour éviter une mauvaise lisibilité. Sur un histogramme, la lecture globale est plus facile lorsque les bâtons sont proches et que le nombre de variables ne dépasse pas trois.

Graphique 2 : Histogramme - Répartition de l'ensemble des salariés selon leur rémunération


Dans l'exemple ci-dessus, il n'y a ici que **4 composantes graphiques** et l'une d'elles (rémunérations supérieures à 2 fois le salaire minimum) est pratiquement constante. Le fait de relier les composantes graphiques par une ligne guide l'œil et facilite la lecture.

La lecture globale donne immédiatement l'information principale : la proportion des rémunérations inférieures à 1,2 fois le salaire minimum augmente beaucoup entre 1995 et 1996, aux dépens des rémunérations moyennes. La répartition se stabilise en 1997.

Au niveau moyen de lecture on peut compléter l'information : Parmi les rémunérations moyennes, les plus faibles (entre 1,2 et 1,5 fois le salaire minimum) sont les plus nombreuses. La part des rémunérations élevées est restée stable.

La lecture élémentaire se fait facilement pour la composante située en bas du graphique, qui est justement celle qui évolue le plus (la part des salaires inférieurs à 1,2 fois le salaire minimum passe de 40 % à 50 %). Elle est également facile pour la composante supérieure.

Toutes les séries statistiques à modalités multiples ne seront pas forcément aussi lisibles en graphique cumulé.

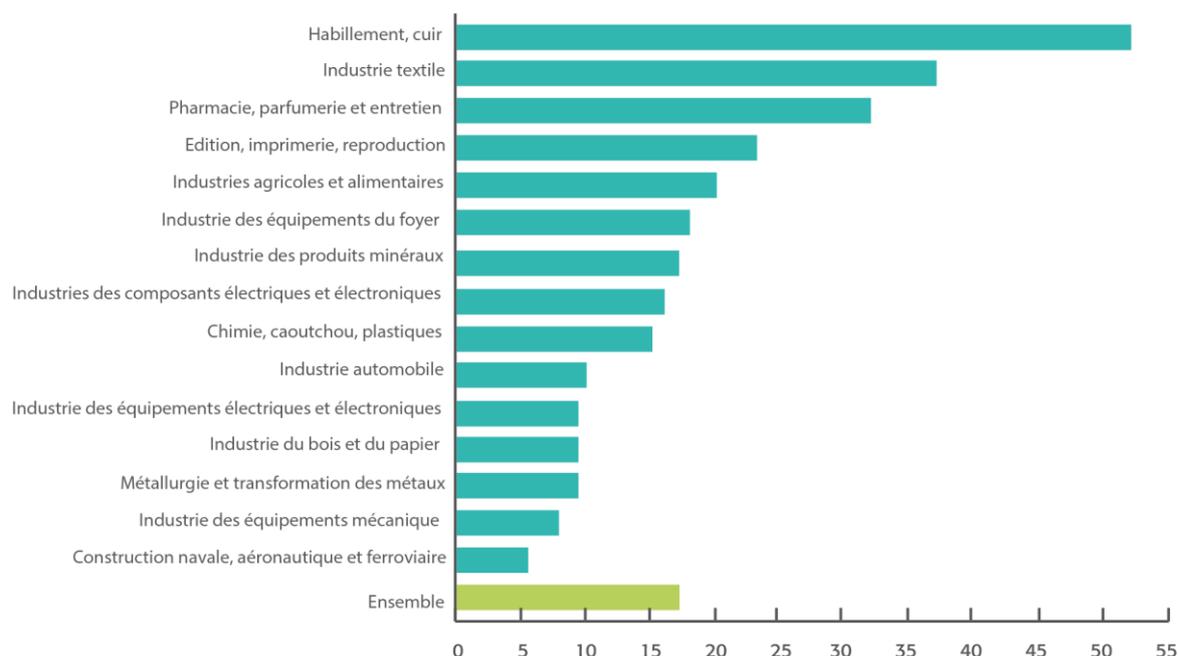
10 L'HISTOGRAMME EN BARRES

Très proche de l'histogramme en bâtons, il est également souvent utilisé. Il permet de comparer des valeurs et il est utilisé pour représenter les **variables qualitatives ou quantitatives discontinues**. Il permet de classer les informations selon un ordre ordonné. Chaque modalité est représentée par une **barre horizontale** dont la hauteur ou la longueur est proportionnelle à l'effectif. L'histogramme en barres donne plus d'espace pour des intitulés de modalités longs. Il est également possible d'utiliser **différentes couleurs pour ajouter un niveau de lecture**. La représentation des barres vers la droite ou vers la gauche de façon horizontale est utilisé pour **construire des pyramide des âges ou pour représenter des oppositions** (recettes/dépenses, exportations/importations...). Il est également possible **de découper les barres en plusieurs segments**, en restant raisonnable pour éviter une mauvaise lisibilité.

Par rapport aux « bâtons » les barres ont l'avantage de permettre des intitulés assez longs. On les utilise donc beaucoup pour répartir des unités selon une nomenclature. Comme toujours, renoncer à l'ordre de la nomenclature et ordonner les quantités pour faciliter la lecture.



Graphique 3 : Histogramme en barres - Pourcentage de femmes parmi les dirigeants d'entreprises

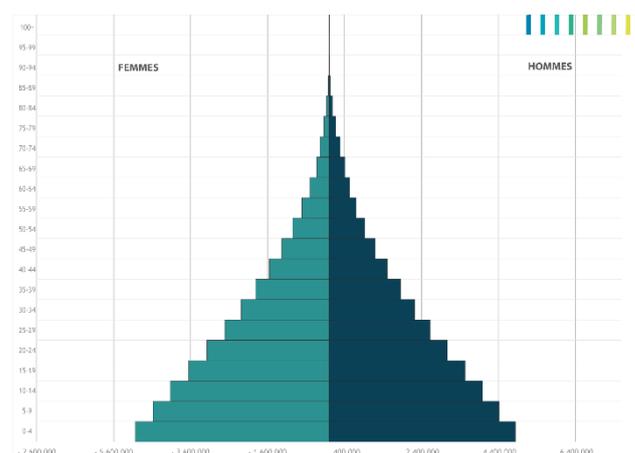


11 LE DIAGRAMME À BARRES DOS-À-DOS

Le diagramme à barres dos-à-dos est utilisé pour souligner des distributions dans les catégories. Il n'est donc pas utilisé pour montrer des valeurs spécifiques. Ce type de graphique est utilisé pour les pyramides des âges par exemple et permet de voir comment est distribuée la population selon l'âge et le sexe (catégories).

Source : PNIN, Tendances de la malnutrition Chronique des enfants de moins de 5 ans et de ses déterminants au niveau national, Rapport d'Analyse N°2 page 14, 2020. Analyse UN population Division (medium projections); <https://population.un.org/wpp/Download/Standard/Population/>)¹

Graphique 4 : Diagramme à barres dos-a-dos-Pyramides des âges au Niger (population en milliers)

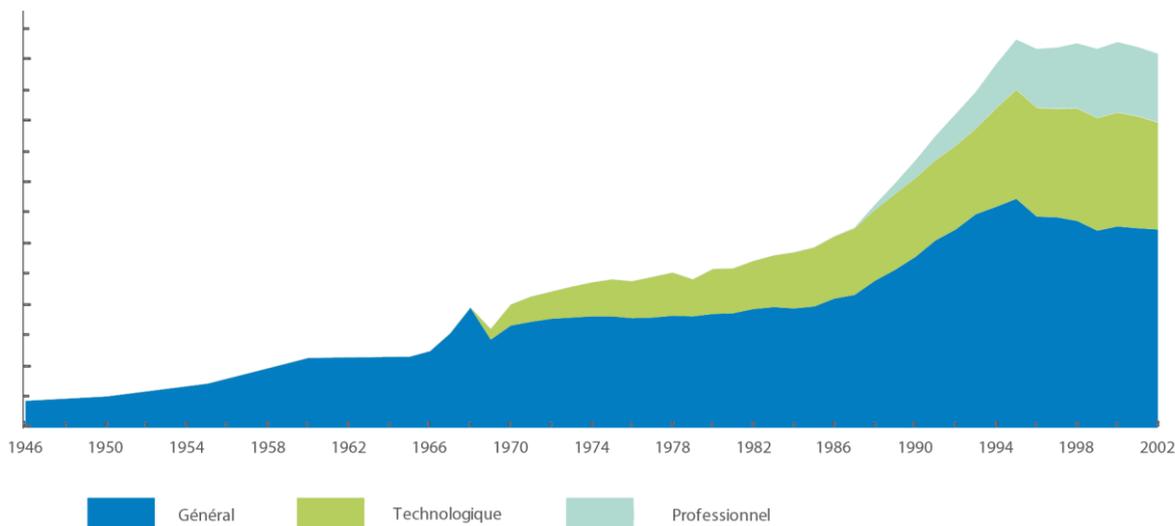


¹ Les données sur les projections sont celles des projections de la Division des Statistiques des Nations Unies pour 2019. La PNIN a fait le choix des projections de la variante moyenne (Medium Variante).

12 LES AIRES

Ce type de graphique met bien en valeur l'évolution d'une variable comportant deux ou trois modalités. **Il permet une lecture d'ensemble, puis une lecture décomposée.** Ce type de graphique ne doit pas comprendre plus de trois composantes sinon la lecture devient difficile.

Graphique 5 : Aires - Proportion de Bacheliers dans une génération

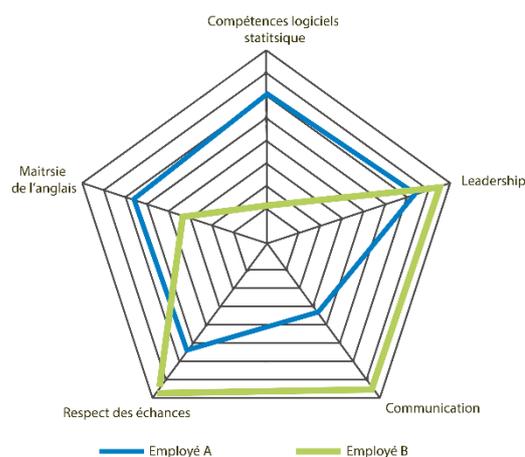


Ce type de graphique met bien en valeur l'évolution d'une variable comportant **deux ou trois modalités**. Ici on voit très bien la lecture globale : l'augmentation de la proportion de bacheliers au cours du temps. En lecture plus décomposée : la répartition des types de bacheliers. **Au-delà de trois composantes graphiques la lecture devient difficile.**

13 LES GRAPHIQUES EN RADAR OU MULTIPOLAIRE

Les graphiques en radar, en toile d'araignée, polaire ou encore de Kiviatt permettent de représenter des données de nature différentes selon une échelle de 0 à 100 sur plusieurs axes. Ce type de graphique permet de comparer rapidement les profils (points forts ou points faibles) des éléments représentés (données synchroniques non cumulables). Ce type de graphique est particulièrement utilisé en sciences économiques et humaines. Ce graphique est pratique lorsqu'il s'agit d'effectuer une comparaison selon plusieurs caractères quantitatifs. Généralement, entre quatre et une douzaine (au-delà le radar devient illisible).

Graphique 6 : Radar - Compétences des employés



Il est notamment employé en psychologie où l'on évalue différents traits de caractère, représentés par autant d'axes. Les études de marketing sont un autre domaine où l'on utilise ce



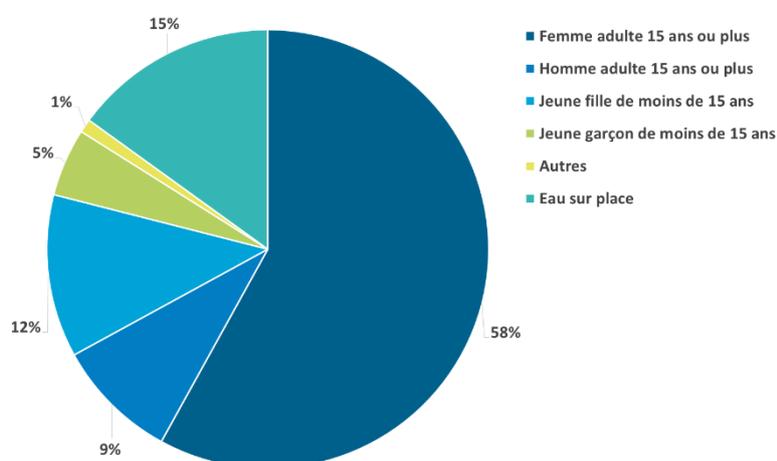
type de graphique puisqu'il est fréquent de devoir saisir plusieurs dimensions d'un simple coup d'œil. Enfin, en économie, le carré magique de Kaldor n'est autre qu'un radar à quatre axes.

Du point de vue de sa construction, plusieurs axes gradués partent d'un point central. Leur ordre est sans importance. D'ailleurs, s'ils respectent un ordre logique, comme les mois de l'année, c'est souvent qu'un autre type de graphique est plus approprié. Les différents caractères prennent la forme d'un polygone dont les sommets se situent sur les axes. Dans le cadre de l'interprétation, les résultats faibles¹ sont généralement au centre du radar et les valeurs élevées à la périphérie. Il existe aussi des graphiques en radar dont la mesure n'est pas représentée ainsi mais par des aires. Les valeurs observées sont donc proportionnelles à des surfaces. C'est un peu comme si des histogrammes à caractères superposés étaient déformés pour être organisés de façon radiale.

14 LE DIAGRAMME CIRCULAIRE

Le diagramme circulaire ou diagramme en secteurs ou « camembert » est familier au lecteur. Il donne d'emblée une vue globale et les données essentielles sautent aux yeux. Cependant, l'auteur doit faire un bon choix du diagramme en sélectionnant le diagramme qui illustre au mieux ce qu'il veut montrer. **Le diagramme circulaire est utilisé pour présenter les parties d'un ensemble (données synchroniques cumulables)** et il n'est donc pas utilisable pour des comparaisons. Il permet de mettre en évidence les relations entre la partie et le tout. Un diagramme circulaire ne peut **pas comporter plus de huit (8) portions et/ou des portions trop petites**.

Graphique 7 : Diagramme circulaire - Collecte de l'eau de boisson essentiellement effectuée par les femmes, répartition en pourcentage des personnes chargées habituellement de la collecte de l'eau de boisson



Contrairement à d'autres graphiques, le diagramme en secteur **se caractérise par une seule dimension**. Ce graphique est donc assez pauvre en information. L'intérêt visuel se traduit par la surface des secteurs qui permettent immédiatement de quantifier la modalité. Chaque surface d'un secteur est proportionnelle à l'angle du secteur. Même si les lecteurs ont l'habitude de ce type de graphique, le diagramme en secteur **peut**

entraîner une mauvaise interprétation car l'œil distingue moins bien les différences entre les surfaces des secteurs d'un diagramme circulaire que les surfaces en hauteur d'un histogramme.

Il est trompeur de croire qu'un diagramme **en trois dimensions**, aussi esthétique qu'il soit apporte quelque chose supplémentaire à la compréhension de l'information. Il apporte uniquement une dimension de lecture supplémentaire **réduisant la lisibilité et la compréhension de l'information**. Dans ce contexte, l'esthétique tue la lisibilité. Il est donc fortement recommandé de construire un diagramme à « plat ».

¹ Attention, résultat faible ne signifie pas valeur faible

Certes ce type de graphique a un côté affectif lié au « partage du gâteau ». A ce titre il fait bien partie des graphiques de « communication ». Il est pourtant assez pauvre en information car on **n'utilise pas les deux dimensions du plan pour représenter des composantes**. On a seulement des composantes graphiques et la surface des secteurs pour les quantifier. S'il est mis en dernier, c'est aussi parce qu'il est en dernier choix !

15 LES CARTES

Les cartes sont fascinantes, elles attirent l'œil et donne immédiatement l'information. Elles répondent aux principes de proximité du lecteur car ce dernier peut tout de suite visualiser l'indicateur sur le lieu géographique qui le concerne ou l'intéresse. **Une carte bien construite est mieux qu'un tableau ou qu'un long discours**. De plus en plus de décisions se prennent à partir d'une carte.

Il est possible d'effectuer des cartes au niveau nationale, régionale, départementales, communales (selon les découpages administratifs). Mais l'utilisation d'une carte pour une entité géographique fine (par exemple la commune) doit être effectuée avec précaution. En effet, une commune peut représenter une faible proportion de la population.

L'auteur utilise généralement les découpages administratifs qui n'ont pas toujours de rapport objectif avec la réalité. En effet, la carte peut induire en erreur en donnant une importance visuelle trop importante. Par exemple, lorsque la surface de l'entité administrative est importante (grande superficie) mais qu'il y a très peu d'habitants.

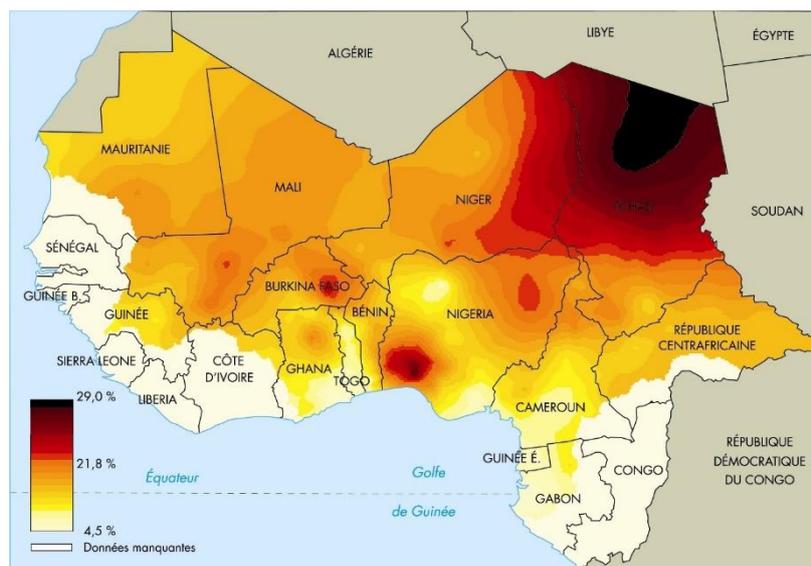
C'est pourquoi la cartographie statistique est un domaine à part. L'auteur voulant utiliser ce type d'illustration devrait avoir une connaissance approfondie des méthodes de discrétisation, des coefficients d'autocorrélation spatiale, des règles d'échelles, de l'utilisation des couleurs... Pour mettre en avant la réalité visuelle, il est souvent **préférable d'utiliser la plus petite échelle possible** ou d'utiliser les méthodes de cartographie statistiques en rapport avec l'information diffusée.

Il existe plusieurs types de cartes. **Les cartes choroplèthes** (en surfaces colorés ou en niveau de gris) permettent de représenter un variable numérique continue ou discrète. Ce type de carte ne peut pas être utilisé pour des quantités ou des effectifs. **Les cartes choroplèthes lissées** se fondent sur l'hypothèse que les valeurs mesurées sur chaque unité spatiale ne sont pas spatialement indépendantes les unes des autres : il y existe une autocorrélation spatiale plus ou moins importante qui sous-tend la variabilité des valeurs dans l'espace. D'autres types de cartes comme **les cartes à surfaces des tendances** permettent d'identifier une organisation générale qui réduit les aspérités d'une distribution statistique en utilisant la méthode des moindres carrés pour ajuster des polynômes bidimensionnels.

Les cartes en cercles proportionnels permettent de représenter des quantités ou des effectifs. **Les cartes en cercles proportionnels colorés** permettent de représenter simultanément des quantités ou des effectifs (par les cercles) et des valeurs numériques continues ou discrètes exprimant des pourcentages ou encore des mesures (couleurs des cercles). **Les cartes en cercles proportionnels sur surfaces colorées** permettent de représenter des quantités ou des effectifs (avec les cercles) et des valeurs numériques continues ou discrètes (avec les couleurs de surface). **Les cartes en demi-cercles affrontés ou en cocardes** (deux cercles superposés) donnent la possibilité de comparer deux effectifs ou deux quantités se rapportant à deux catégories d'une même population ou encore à la même catégorie à deux moments données (par exemple emploi agricole et industriel selon les régions)



Carte A : L'insuffisance pondérale : le contexte régional

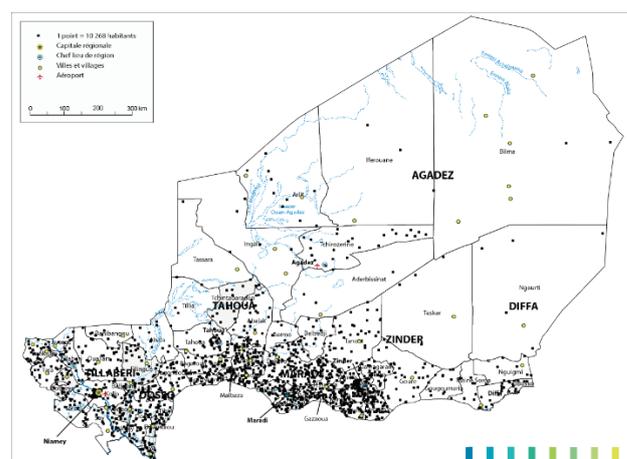


« Le retard de croissance des enfants de moins de cinq n'est pas un phénomène qui se retrouve uniquement au Niger, mais transfrontalier qui touche en particulier le Tchad et le Niger. L'insuffisance pondérale, autre indicateur de malnutrition utilisé par les services de santé, se retrouve avec les mêmes tendances que le retard de croissance et l'émaciation. Une poche d'insuffisance pondérale se retrouve au Sud Ouest du Nigéria ».

Les cartes en semis de points se rapprochent des cartes en cercles proportionnels et permettent de représenter des quantités ou des effectifs donnant un effet visuel de densité. **Les cartes en semis de points colorés** permettent à l'auteur de représenter des quantités ou effectifs (densité du semis) et des valeurs numériques continues ou discrètes qui expriment des pourcentages, des mesures (avec les couleurs).

Source : PNIN, Tendances de la malnutrition Chronique des enfants de moins de 5 ans et de ses déterminants au niveau national, Rapport d'Analyse N°2 page 15, 2020. - Exploitation des données du Recensement Général de la Population et de l'Habitat 2012, INS

Carte : Densité de la population au Niger (carte en semis de points)



D'autres types de cartes peuvent être utilisées, cependant, elles sont parfois moins connues des lecteurs et plus difficile à lire et à comprendre. Leur utilisation pourrait réduire la lisibilité de l'information. Si ces types de cartes sont accompagnés par des notes et des légendes, l'auteur peut les utiliser. **Les cartes de liens ou en oursins** permettent de visualiser des relations entre deux points (et non pas des flux). Ce mode de représentation est efficace lorsque l'auteur cherche à exprimer une organisation spatiale polarisée. Les flux qui sont échangés d'un point à un autre peuvent être inégaux et il est possible de rendre les épaisseurs des liens proportionnelles aux quantités ou aux effectifs représentant les mesures de ces flux (fréquences aériennes au départ d'une capitale par exemple).

Il existe de nombreuses possibilités de création de cartes. L'élaboration de cartes pourrait faire l'objet d'un manuel spécifique, car cela nécessite un investissement important théorique, statistiques et informatique (cartes utilisant le modèle de gravitation de Huff, cartes en courbes et en plages de niveaux, cartes en réseaux...). **Les cartes permettent de donner un angle visuel qui attire le lecteur.** Elles doivent être utilisées de façon non abusive. Comme chaque type d'illustration (tableau et graphiques), l'auteur doit sélectionner l'information pertinente.

16 LES COMMENTAIRES ET NOTES DE LECTURE

Lors de l'insertion de représentations graphiques ou cartographiques dans un article, il est **important d'ajouter les commentaires correspondants** et la légende. La légende et l'illustration se renforcent mutuellement sans qu'il soit nécessaire de lire le texte. Ce principe permet au lecteur d'avoir l'information essentielle en dessous de l'illustration. Si le message intéresse le lecteur, il sera alors tenté de lire le reste du texte. La note de lecture ou le commentaire ne doivent pas être long. Si c'est le cas, cela signifie que votre carte ou votre graphique est trop complexe. Pour rappel, les principes typographiques et orthographiques des unités de mesure s'appliquent également et il est recommandé d'utiliser les multiples des unités : l'unité figurant sur l'axe d'un graphique ou dans la colonne d'un tableau pourrait être par exemple en « milliers ». L'unité figure une seule fois (en tête de colonne par exemple) et ceci dans le but de faciliter la lecture. De même pour les pourcentages : dans une colonne présentant des pourcentages, le signe « % » figure au sommet de la colonne (sur la première ligne).

17 QUELQUES CONSEILS

Les plupart des statisticiens effectuent leurs illustrations (tableaux, graphiques) à partir d'Excel. Ce logiciel n'est pas le plus performant pour les représentations graphiques. Par exemple il ne donne pas la possibilité de faire des histogrammes avec des variables quantitatives continues ou les barres (rectangles successifs) peuvent avoir des largeurs proportionnelles le long des axes des abscisses, comme c'est le cas pour les variables en bâtons. Souvent les responsables de publications utilisent d'autres logiciels.

Il est fortement conseillé **ne pas utiliser les options de relief**. Par exemple l'option de relief en 3D fausse les perspectives et la lecture correcte des échelles. De même les motifs proposés pour les histogrammes en bâtons sont nuisibles à la lecture.

L'auteur doit **ordonner les données pour les variables qualitatives non ordonnées**. Pour cela l'auteur ne doit pas être tributaire des nomenclatures qui suivent un ordre souvent inadapté à la représentation graphique.

Pour les histogrammes, il est important de **donner plus de surfaces aux barres et aux bâtons**. L'élargissement des surfaces permet une meilleure comparaison visuelle. De même, il est fortement recommandé **de réduire les espaces vides entre les bâtons ou les barres**. Sous Excel, l'option « superposer les barres à 100 » permet d'opposer les barres et l'utilisation des valeurs négatives et positives permet de construire les pyramides.

L'auteur ne doit jamais oublier **d'imprimer et de tester les couleurs**. Le choix des couleurs est important et il est conseillé d'utiliser la couleur la plus visible à l'œil pour le sujet traité. La gamme des couleurs doit être conservée d'un graphique à l'autre afin que le lecteur puisse se retrouver d'un graphique à l'autre. Si le graphique est en noir et blanc, l'auteur devra privilégier le noir pour la valeur la plus faible et le blanc pour la valeur la plus importante.



18 SYNTHÈSE

Pour être efficace un graphique doit être :

- **Simple à lire.** Il faut donc éviter les graphiques qui cumulent trop d'informations (il n'est pas possible de tout dire avec un graphique). Il vaut mieux faire plusieurs graphiques simples qu'un seul graphique complexe. L'auteur doit donc choisir les éléments les plus importants.
- **Complet.** De la même façon qu'un tableau, un graphique doit comporter un titre, une source, une unité et, éventuellement une légende.
- **Comme le message essentiel.** L'auteur doit trier les informations de la plus importante à la moins importante. Le tableau ou le graphique doit comporter en premier les informations les plus récentes.
- **Connu.** L'auteur doit privilégier les représentations graphiques classiques qui facilitent la lecture.
- **Visible.** L'auteur doit identifier sélectionner les couleurs. Une impression en noir et blanc doit permettre une bonne lisibilité.

« Un graphique doit être simple à lire, complet, essentiel, connu et visible »





CHAPITRE 11 : LES RÈGLES DE PONCTUATIONS

Les signes de ponctuation existent pour faciliter la lecture et non pour la gêner. L'auteur doit les utiliser lorsque cela est nécessaire et pour donner la bonne intonation.

1 LA VIRGULE

La virgule marque une **légère pause** à l'intérieur d'une même phrase. Elle sépare des éléments de la phrase non reliés entre eux par des termes de coordination ou de subordination. Elle sépare également des termes qui ont le même rôle grammatical comme les énumérations. L'auteur doit mettre une virgule après une incidente ou à tout endroit où la succession de deux mots pourrait entraîner une confusion et une difficulté de lecture.

2 LE POINT-VIRGULE

Le point-virgule marque **une pause plus forte que la virgule**. Il sépare deux parties de la phrase qui sont de même nature et qui ont une certaine longueur. L'objectif du point-virgule est d'allonger la phrase par un procédé artificiel, ce qui nuit à la lisibilité. Il faut donc éviter le plus possible l'utilisation du point-virgule et le remplacer tout simplement par un point. Il est principalement utilisé pour séparer nettement les termes d'une énumération.

3 LES DEUX-POINTS

Les deux-points ont différentes utilités. Ils sont utilisés **pour introduire les paroles d'une personne, une citation**. Ils sont utilisés également avant une énumération ou encore pour amener une explication, un exemple. Enfin, ils sont utilisés pour présenter sans périphrase une conclusion, une conséquence ou une synthèse.

4 LE POINT D'INTERROGATION

Il termine toutes les phrases qui posent une question directe. Il ne faut pas mettre de point d'interrogation après une question indirecte. Le point d'interrogation suivi ou non de points de suspensions peut s'utiliser dans un dialogue pour remplacer le rôle d'un interlocuteur silencieux.

5 LE POINT D'EXCLAMATION

Ce dernier se situe à la fin d'une phrase qui exprime l'étonnement, l'indignation, l'admiration, le soulagement. Il accompagne généralement une interjection¹ ou encore les apostrophes et les impératifs sur lesquels l'auteur veut insister (« approchez ! »). Il est conseillé d'éviter l'utilisation abusive du point d'exclamation car il affaiblit le sens du signe et trahit souvent une incapacité de l'auteur à exprimer sa pensée avec les mots. Il peut être suivi des points de suspensions dans un dialogue pour représenter la stupéfaction.

1 Une interjection est une catégorie de mot généralement invariable qui permet à l'auteur d'exprimer une émotion spontanée (joie, colère, surprise, tristesse, admiration, douleur, etc.). Une interjection permet d'adresser un message bref au lecteur (acquiescement, dénégation...), ou encore de réaliser une image sonore d'un événement (cri d'animal, explosion, bruit quelconque, etc.).

Les points d'interrogation et d'exclamation peuvent être isolés entre parenthèse de façon exceptionnelle lorsque l'auteur veut exprimer son doute ou sa réprobation sur ce qu'il vient de rapporter.

6 LES POINTS DE SUSPENSION

Les points de suspension permettent de terminer ou de suspendre une phrase qui n'est pas terminée (interruption, pause, hésitation, prolongement, ironie...) Ils ne sont jamais plus que 3 et ils signifient dans la plupart des cas : etc., abréviation qui ne doit pas être suivi de points de suspension. Dans une citation, les points de suspension entre parenthèses ou entre crochets peuvent être remplacés par un passage supprimé.

7 LES GUILLEMETS

Il est important d'utiliser correctement les guillemets. Ces derniers comprennent une citation ou les paroles que l'on retranscrit dans l'article, les mots ou groupes de mots dont l'auteur de l'article ne veut pas prendre la responsabilité, les néologismes, les mots ou groupes de mots dont l'auteur veut marquer la particularité (mot technique, mot étranger ou inhabituel).

Il existe quelques exceptions. Dans une citation qui comprend plusieurs paragraphes, les guillemets sont ouverts au début de chaque alinéa et sont fermés uniquement une fois à la fin du paragraphe.

Lorsque l'auteur retranscrit un dialogue, les guillemets sont ouverts avant la première citation et sont fermés à la dernière citation. Chaque changement de locuteur est marqué par un nouvel alinéa précédé d'un tiret.

Si le mot ou groupe de mots mis entre guillemets demande une ponctuation spécifique, cette ponctuation est placée avant les guillemets fermants. En revanche si le texte isolé entre guillemets ne demande pas une ponctuation, la ponctuation de la phrase est placée après la fermeture des guillemets (comme le point par exemple).

8 LES PARENTHÈSES

Les parenthèses sont utilisées pour isoler un mot ou une phrase non indispensable à la compréhension de la phrase. Les parenthèses permettent de donner une précision ou explication supplémentaire. Elles minimisent le passage encadré. L'auteur peut utiliser les parenthèses pour la traduction d'un mot étranger ou encore pour des dates.

9 LES CROCHETS

Les crochets sont des parenthèses renforcées et permettent d'isoler un bref commentaire de la rédaction après une information. Les crochets marquent une réserve ou une explication.

Les tirets contrairement aux parenthèses ont pour but de valoriser le passage qu'ils encadrent. Si le second tiret qui ferme le passage à mettre en avant se trouve à la fin de la phrase, il doit être supprimé et remplacé par un point. Enfin le tiret est utilisé pour signaler au lecteur les changements d'interlocuteurs dans un dialogue ou pour marquer les différents éléments d'une énumération.



10 L'ALINÉA OU TRAIT D'UNION

L'alinéa marque une forte pause. La pause est plus importante que celle marquée par un point et se retrouve après le développement d'un argument d'une idée ou d'une information. Le fait d'aller à la ligne est un moyen de donner au lecteur un moment pour respirer et pour signaler les différents éléments d'une argumentation. Il est aussi utilisé pour réunir des mots en un seul lorsque l'orthographe l'exige ou pour rapporter que les mots ont été prononcés en une seule fois.

11 L'ASTÉRISQUE ET L'APPEL DE NOTE DE BAS DE PAGE

Ces deux ponctuations sont utilisées pour renvoyer à une note se situant en petits caractères en bas d'un article. La note développe un point particulier de détail. Elle précise l'origine d'une citation, donne la source de l'information. L'auteur ne doit pas abuser de ces ponctuations. La note est également utilisée pour détacher une information pratique (site Internet, adresse d'un organisme, titre d'un ouvrage).

12 ESPACEMENT ET PONCTUATION

Tableau 11 : Signes de ponctuations et espace

Avant ?		Après ?
NON	Virgule , #	OUI
NON	Point . #	OUI
NON	Points de suspension ... #	OUI
OUI	Deux points # : #	OUI
Entière insécable		
OUI	Point-virgule ½ # ; #	OUI
Demi-insécable		
OUI	Point d'exclamation ½ # ! #	OUI
Demi-insécable		
OUI	Point d'interrogation ½ # ? #	OUI
Demi-insécable		

Lorsque le signe est bas (virgule, point, points de suspension, il est collé au mot qui le précède. Si le signe est haut (deux-points, point-virgule, point d'exclamation ou d'interrogation), il est séparé du mot qui le précède par :

- Une espace avant les deux points ;
- Une demi-espace ou « fine » avant les autres (à défaut une espace entière).

Ces espaces doivent être insécables de façon à solidariser le signe ou mot qui précède.





CHAPITRE 12 : L'EMPLOI DES TEMPS

Lorsque l'auteur rédige un article il doit pouvoir faire un usage approprié des temps. L'objectif de l'auteur est d'utiliser les temps auxquels le lecteur est habitué. Des principes d'utilisation des temps sont présentés ci-dessous.

1 LE PRÉSENT, LE TEMPS À PRIVILÉGIER

Mis à part les principes évoqués concernant l'utilisation des verbes faibles, il y a des principes à respecter dans l'emploi des temps de l'indicatif. **Le présent reste le temps à privilégier et s'emploie pour exprimer une fait ou une durée, l'action.** Le présent est actif, vivant et allège le style de l'écriture. L'auteur doit utiliser au maximum le présent et il lui est possible de l'utiliser même pour une action passée. Il est recommandé d'utiliser le présent pour commenter les résultats d'une enquête qui a pu être effectuée une ou plusieurs années avant : la grammaire française l'autorise. Le présent peut également être utilisé pour exprimer le futur.

✓ *La consommation du riz augmente au Burkina Faso*

On utilise le présent lorsque que l'auteur rapporte un fait ou une action rapporté sur le mode du témoignage direct. Cependant, Temam rappelle cependant que « l'emploi du présent est... souvent gênant dans les textes concernant la conjoncture »¹.

2 L'IMPARFAIT

L'auteur utilise l'imparfait **pour rapporter une situation**, un fait habituel du passé. L'auteur doit utiliser ce temps de façon limitée lorsque cela est indispensable.

✓ *La situation était préoccupante [...]*

L'imparfait s'utilise également pour évoquer la simultanéité de deux faits passés.

Lorsque le deuxième verbe exprime une action momentanée, il se met au passé simple, mais lorsqu'il exprime une action qui dure, il est à l'imparfait. L'imparfait exprime une durée, une répétition une hypothèse.

3 LE PASSÉ SIMPLE

Le passé simple est le temps de la narration, mais il est conseillé de l'éviter.

✗ *Le recensement débuta le 18 novembre*

✓ *Le recensement a débuté le 18 novembre*

Dans l'évolution de la langue, il est souvent remplacé par le passé composé.

¹ TEMAN Daniel, Savoir compter, savoir conter, Episode N°2 – Des textes plus vivants, Courrier des statistiques n°113-114, mars-juin 2005, p.70.

✘ *Les équipes de terrain se sont dispersées sur le terrain*

✔ *Les équipes de terrain se dispersèrent sur le terrain*

4 LE PASSÉ COMPOSÉ

Le passé composé à la différence du passé simple qui exprime un passé entièrement révolu, **rattache le passé au présent de celui qui parle ou de l'auteur**. Le passé composé est donc le temps utilisé le plus pour la diffusion d'information. **Il est le vrai temps de la narration**. Le statisticien emploie le passé lorsqu'il évoque les résultats d'une enquête passée identique à celle qu'il commente actuellement.

5 LE PASSÉ ANTÉRIEUR

Très historique, le passé antérieur **fait référence à l'antériorité immédiate** d'un fait passé par rapport à un autre fait également passé. Il est aujourd'hui démodé.

6 PLUS QUE PARFAIT

Le plus-que-parfait s'emploie pour **indiquer une antériorité lointaine** d'un fait par rapport à un fait du passé. L'usage de ce temps est utile lors de la diffusion de l'information. Il est généralement accompagné d'un deuxième verbe au passé simple ou au passé composé.

✔ *L'INS avait proposé des projets dans le domaine des statistiques sociales, mais la crise financière les a remis en question*

Avec l'utilisation d'un second verbe à un temps du passé, le plus-que-parfait permet également d'ajouter une nuance d'habitude à une antériorité immédiate.

✔ *En 2003, l'Etat avait rappelé son intention de réaliser l'opération et jusqu'à sa démission, s'en tenait à cet avis.*

7 LE FUTUR SIMPLE

Le futur simple est très utile et s'utilise pour **désigner un événement à venir** et pour exprimer un impératif nuancé.

✔ *Il faudra bien que [...]*

Il est également utilisé à la place du présent par politesse.

8 LE FUTUR ANTÉRIEUR

Le futur antérieur est un temps fin et nuancé qui est utilisé pour **indiquer une antériorité escomptée dans l'avenir** ou une fin d'action dans le futur.

✔ *Tout aura été terminé avant la rentrée parlementaire*



Il est également utilisé pour indiquer une nuance d'obligation ou de probabilité.

✓ *Les enquêteurs auront fini de collecter les informations à la fin de la semaine au plus tard*

9 LE SUBJONCTIF

Ce temps est de moins en moins utilisé car les désinences de l'imparfait en *-issiez* ou en *-assiez* sont aujourd'hui de plus en plus remplacé par le présent.

✗ *Il faudrait que vous allassiez*

✓ *Il faudrait que vous alliez*

Il est possible de l'utiliser, mais il ne faut pas que les sonorités soient étranges au point de rendre la lecture difficile.



**« ENTRE DEUX MOTS, IL FAUT
CHOISIR LE MOINDRE » *PAUL
VALÉRY***



CHAPITRE 13 : CONSEILS APRÈS LA RÉDACTION

Lorsque l'on écrit un texte, on ne dispose pas toujours d'assez de recul pour identifier ce qui mérite d'être amélioré. Il est conseillé de laisser reposer le texte pendant quelques jours et de le faire partager avec ses collègues. Ensuite, il faut le reprendre et revoir tout ce qui a échappé aux principes de rédaction.

1 ELIMINER

La première étape est d'éliminer les mots inutiles, c'est-à-dire tout mot qui n'ajoute rien au sens de la phrase. Dans le jargon du journaliste, on appelle cette étape le dégraissage : on enlève le gras dans les mots, dans les phrases et dans les paragraphes. Il peut s'agir de compléments de nom, d'adverbes, d'adjectifs, de conjonctions inutiles, de formules indirectes et même de verbes.



Le gouvernement actuel a décidé [...] ; L'objectif poursuivi est de [...] ; Le délai à respecter est de [...] ; Le respect des réglementations existantes.

Les phrases qui s'écoutent facilement sont celles que le lecteur va retenir. Lors de cette étape d'élimination, il est possible de restructurer la séquence des idées, l'arrangement des paragraphes. Lorsque vous coupez le texte, vous améliorez sa densité et son efficacité.

2 COUPER

Les manuels des écoles de journalisme ESJ et CFPJ donnent certains conseils pour couper des éléments d'un article :

- Supprimer le prénom s'il ne s'impose pas ;
- Supprimer toutes les formules vagues ou inutiles (« dans les plus brefs délais », « de manière général », « en tous cas », « par ailleurs », « soudain ») ;
- Supprimer les adverbes ou adjectifs qui ne sont pas nécessaires à la compréhension ;
- Supprimer la préposition dans le complément circonstanciel de lieu (exemple « les villages dans le Sud du Niger sont ... » devient « les villages au Sud Niger sont... ») ;
- Supprimer les doublons, les répétitions de mots, de phrases, de tournures ;
- Supprimer les détails secondaire et non significatifs ;
- Supprimer les faits qui ne sont pas dans l'angle choisi, même si ce dernier est intéressant. Il pourra être utilisé pour un autre article ou mis dans un encadré ;
- Supprimer tout ce qui est non informatif ou incomplet ;
- Supprimer les informations passées supposées être connues par le lecteur. En cas de doute laisser l'information pour éviter d'être incompréhensible ;
- Privilégier ce qui est d'ordre général par rapport à ce qui est d'intérêt particulier ;
- Monosyllaber ;
- Supprimer les conjonctions de coordination inutiles ;
- Couper les phrases nominales, surtout en chute ;

- Passé simple et suppression de l'auxiliaire ;
- Participe passé sec et répété (ex : « Les agents ont été recrutés, puis formés et ont été ensuite répartis sur le terrain » devient « Recrutés, formés, les agents ont été répartis sur le terrain ») ;
- Ellipse (surtout pour la chute), figure de style qui consiste à omettre un ou plusieurs éléments en principe nécessaires à la compréhension du texte, pour produire un effet de raccourci. Elle oblige le lecteur à rétablir mentalement ce que l'auteur passe sous silence.

3 SUIVRE L'ÉVOLUTION DE SON ARTICLE

Prendre du recul sur son article entraîne des bénéfices, mais l'auteur peut faire appel à l'avis de ces collègues. Il peut donc envoyer une première version pour avoir des observations sur le plan qu'il a adopté, la forme et le contenu. Pour suivre l'évolution de son article et prendre en compte les observations effectuées par des tierces personnes, l'auteur demande que les observations lui soient transmises en « **suivi des modifications** ». Cette option de Word est également utile pour les relectures lorsque l'auteur lui-même apporte des modifications. Mettre en œuvre le mode « modification » donne également la possibilité de revenir en arrière si les modifications n'apparaissent pas satisfaisantes. Ce mode permet également d'insérer des commentaires sans surcharger le corps du texte. L'auteur pourra ou non imprimer les commentaires apportés en suivi des modifications.

4 VÉRIFIER LA GRAMMAIRE ET L'ORTHOGRAPHE

La clarté du langage est l'un des principes de la lisibilité d'un article. Le respect de l'orthographe et de la grammaire en est un aspect. L'auteur doit autant que possible effectuer une relecture attentive et corriger les fautes de grammaire et d'orthographe. Il peut également **utiliser le correcteur grammatical de Word** pour corriger certaines coquilles.

L'outil **Rechercher/remplacer** de Word permet à l'auteur de rechercher des mots inutiles, mais aussi les doubles espaces, de vérifier les espaces insécables et de s'assurer des normes typographiques. Il s'agit d'un outil important permettant de corriger la plupart des fautes de ponctuation (majuscules, accents, traits d'union).

« ... laisser reposer le texte pendant quelques jours et le ... partager avec ses collègues... le reprendre et revoir tout ce qui a échappé aux principes de rédaction. »



CHAPITRE 14 : MISE EN PAGE ET RÈGLES TYPOGRAPHIQUES

Pour répondre aux mécanismes de lecture, aux principes de lisibilité et d'intelligibilité, la rédaction d'un article doit prendre en compte certains principes de mise en page qui donnent un équilibre et une unité à votre diffusion. Dans le domaine de l'édition, on appelle cela **le prêt-à-clicher**. De nombreux ouvrages complets sur les règles de mise en page et de typographie sont disponibles comme celui de Marc Arabyan¹. Il existe de plus en plus d'étude sur la lisibilité typographiques depuis l'arrivée de nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC)². Nous n'évoquerons ici que les principes les plus utiles, car il s'agit de changer de métier. La mise en page est la dernière étape de la création d'un article et nécessite de respecter certaines règles typographiques. Ces dernières concernent l'utilisation de capitales, les chiffres ou la présentation d'une bibliographie.

1 DÉFINIR VOS STYLES

La mise en page de votre article dépend tout d'abord de la ligne éditoriale. Pour cela l'auteur doit utiliser un style, c'est-à-dire un format de paragraphe. On appelle « **feuille de styles** », un programme de mise en forme textuelle que l'auteur utilise et enregistre (police, taille des caractères, justification...). Pour chaque élément du texte (texte courant, titres, sous-titres, listes, citations, tableaux, graphiques, appels de note de bas de pages...), l'auteur doit identifier un style lisible par le lecteur et agréable à lire. Tous ces aspects techniques sont disponibles sous le logiciel Word largement suffisant pour effectuer ce travail. Par exemple, les Chartes graphiques de l'Institution définissent les différents styles pour les différents supports de publication.

Pour définir les styles, Word dispose de la fenêtre « **style et mise en forme** » qui permet de donner un nom à votre style, de le modifier, mais surtout de définir le format des caractères (police, corps, parangonnage, espacement interlittéral) et le format du paragraphe (interligne, espacement avant/après, retraits tabulations, numérotation...).

2 LE TEXTE COURANT

Le texte courant est la base de tous les styles que l'auteur va utiliser pour son article. La police peut être classique avec des caractères à empattement comme le *garamond*, le *bodini* ou moderne comme le *gillsans*. Il peut être standard, c'est-à-dire existant dans le logiciel de traitement de texte ou acquis auprès de société offrant la possibilité de créer un style propre à l'institut (Adobe, ITT, Bauer...). Le corps du texte est généralement compris entre 10 et 12 pts (un *garamond* de 12 pts à la taille d'un *times* de 11 pts ou d'un *helvetica* de 10 pts). Le retrait d'alinéa est égal à un cadratin³. Enfin l'interligne est par défaut de 20 % (2 pts pour un *times*, 3 pts pour un *times* 11 ou 4 pts pour un *times* 12). **L'interlignage améliore grandement la lisibilité.**

1 Arabyan Marc, le prêt-à-clicher, Typographie et mise en pages, éditions l'Harmattan, 1997, 124 pages.

2 Kavanagh (Eric), Ecrire pour le Web : les principes généraux, Québec : centre d'expertise des grands organismes, 2003, 42p. Combier (Marc) et Pesez (Yvette) (dir.), Encyclopédie de la chose imprimée : du papier @ à l'écran, Paris : Retz, 1999, 544p.

3 Un cadratin est en typographie un signe blanche largeur et de hauteur égales à la valeur du corps de caractère. Pour un caractère en Times 11, le cadratin est de 0,4 cm.

Tout paragraphe qui suit un titre est sans retrait. Le paragraphe est sur le style du texte courant avec une valeur du retrait d’alinéa ramenée à zéro. L’auteur doit faire attention au découpage de ses paragraphes lorsque qu’il va « **à la ligne** ». « Aller à la ligne » marque une coupure et le nouveau paragraphe doit entraîner une nouvelle idée.

3 L’EN-TÊTE

Bien souvent lorsque l’article est long, selon la maquette éditoriale, l’auteur doit prévoir d’apposer un en-tête. Ce dernier est « **pair** » sur les pages de gauche et « **impair** » sur les pages de droite, tout comme la numérotation des pages. Basé sur le texte courant, l’en-tête est le plus souvent en petites capitales avec une tabulation de centrage à mi-longueur de la justification et une tabulation droite en fin de ligne pour la page de droite. L’en-tête n’a pas d’alinéa, l’interlignage est automatique. L’espacement avant est de « zéro » et l’espacement après est de 12 pts.

4 L’ÉPIGRAPHE

Dans ce manuel, l’auteur a mis des épigraphes en exergue, c’est-à-dire que le paragraphe est renforcé sur la droite au-delà de l’alignement des retraits d’alinéa ou de listes. L’en-tête peut venir avec ou sans retrait d’alinéa et avec sa référence (auteur et titre de l’ouvrage cité). Bien que décalé vers la droite, il n’est pas collé à la marge.

Ce style est en italiques avec une marge gauche au tiers ou à la moitié de la justification courante. La taille des caractères est de 1 pt en dessus du corps du texte et l’interligne de 2 pts par rapport au texte courant. Un espacement avant de 12 pts est recommandé.

5 NOTE DE BAS DE PAGE

L’appel de note de bas de page n’est pas vraiment un style car il concerne un à deux caractères. **Sa taille est de 2 points en dessous du corps du texte courant** et de 2 points à 3 points au-dessus de la ligne de base des caractères avec un point d’écart entre la valeur de l’interlignage et la hauteur de l’exposant. L’appel est immédiatement placé à la suite du mot, de l’expression de la phrase ou de la citation. Certains spécialistes recommandent de laisser un espace avant l’appel, mais le plus important est de garder une homogénéité et une harmonie pour l’ensemble de l’article.

Tableau 12 : Calcul du corps et de d’exposant de l’appel de note

Calcul du corps et de l'exposant de l'appel de note					
Corps du texte courant	10	11	11	11	12
+ valeur de l'interlignage	1	1	2	3	3
= Total	11	12	13	14	15
Corps de l'appel de note	8	9	9	10	11
+ Exposant	2	2	3	3	3
+ un point d'écart	1	1	1	1	1
= Total	11	12	13	14	15

Source : Arabyan Marc, le prêt-à-clicher, Typographie et mise en pages, éditions l’Harmattan, 1997, p. 35.



Les notes viennent directement en bas de page et surtout pas en fin de chapitre. Il est souvent conseillé d'éviter les numéros d'appel supérieurs à 9, au pire à 99. Il est possible de recommencer à 1 à chaque page, comme c'est le cas pour le présent manuel. Lorsque la note est signée par l'auteur, elle est indexée en chiffres. En revanche si la note est mise par l'éditeur, elle est indexée par un astérisque (*).

Le texte de la note de bas de page est 1 point inférieur au texte courant et l'interlignage de 2 points inférieur. On peut donner un espacement de 4 points avant. Dans certains cas, la note peut être mis en sommaire, c'est-à-dire que l'auteur donne au corps du paragraphe une marge gauche de même valeur que l'alinéa courant avec une première ligne réglée à moins 0,4 cm. L'ajout d'une tabulation de 0,4 cm permet d'aérer la note et de la rendre plus lisible. Pour un dossier important ayant de nombreuses notes de bas de pages, il est conseillé de mettre un espacement moins important (1 point au lieu de 4 point par exemple). Bien souvent, le numéro de la note de bas de page est en exposant (et ceci de façon automatique avec le logiciel Word). Cependant, l'auteur peut donner les mêmes caractéristiques à l'ensemble des éléments de la note de bas de page (numéro et texte).

6 LES CITATIONS

Il est rare que les statisticiens mettent des citations dans leurs articles, sauf lorsqu'ils rapportent des discours (pour des interviews par exemple). Lorsque la citation est longue, l'auteur doit la mettre en exergue (à une distance du bord gauche). Il doit alors utiliser *l'italique* sans guillemets avec un espacement avant de 0,4 points, une marge à gauche de 0,8 cm ou d'un multiple entier du retrait de base. Le retrait peut être plus ou moins important. L'interlignage est automatique (zéro) ou de 1 à 2 points en dessous du texte courant. L'auteur doit garder **la même taille de caractère que le texte courant** et ne pas mettre une marge droite autre que celle du texte courant : cela entraîne un désalignement qui gêne la lisibilité. **L'utilisation de l'italique n'oblige pas à mettre la citation entre guillemets.** Pour plus d'élégance, il est possible de laisser ces derniers.

« Il n'est point besoin de vocabulaire bizarre, compliqué, nombreux et chinois (...) pour fixer toutes les nuances de la pensée. Mais il faut discerner avec une extrême lucidité toutes les modifications de la valeur d'un mot suivant la place qu'il occupe. Ayons moins de noms, de verbes et d'adjectifs aux sens presque insaisissables, mais plus de phrases différentes, diversement construites, ingénieusement coupées, pleines de sonorités et de rythmes savants. Efforçons-nous d'être des stylistes excellents plutôt que des collectionneurs de termes rares [...]. La nature de cette langue [le français] est d'être claire, logique et nerveuse. Elle ne se laisse pas affaiblir, obscurcir ou corrompre. »

Extrait de la préface à Pierre et Jean, de Guy de Maupassant cité par Louis Timbal Duclaux, 1985, p17.

Dans l'exemple ci-dessus, le style de la citation est mis en exergue par un fond de couleur et se base sur le style du texte courant. La taille de la police est identique à celle du texte courant (11,5 points), les caractères sont en italiques et non entre guillemets. L'espacement avant est de 6 points, la marge de gauche est de 2,4 cm (multiple de la marge du texte courant). L'interligne est de 0.98 (multiple) mais pas en dessous du texte courant (11 points).

Il existe des variantes. Certaines citations démarrent au milieu d'un paragraphe. Dans ce cas, il n'est pas possible de commencer par un retrait d'alinéa. Si la citation concerne plusieurs paragraphes, ces derniers doivent se distinguer par un espacement moins important que celui utilisé pour le corps du texte (diminué de moitié ou sans).

7 LES TABLEAUX

Les tableaux doivent être aérés. La plupart des logiciels (Word et Excel) ajustent assez bien les tableaux de façon automatique. **Les lignes doivent se distinguer plus nettement que les colonnes** : pour ne pas être attaché au filet séparateur (ou dans le langage courant la bordure). La plupart des tableaux de Word se caractérise par un espacement avant de 4 à 6 points, mais rarement par un espacement après (certains auteurs recommandent un espacement après de 2 à 3 points). Cependant, certains tableaux types se caractérisent par une marge de la bordure qui remplace l'espacement du paragraphe. **Les bordures des tableaux doivent aussi fines que possible.**

L'auteur doit éviter l'utilisation des pointillés ou de couleur traduite par un niveau de gris, surtout si l'impression est en noir et blanc.

8 LISTES, SOUS-LISTES

Le style que l'auteur applique aux listes ou aux sous-listes **rejoint celui utilisé pour les citations**. Les listes et sous-listes sont mises en exergue avec un sommaire¹ destiné à recevoir une puce, un tiret d'incise (demi-cadratin) ou encore des numéros. Pour chaque niveau, la liste se caractérise par un retrait à gauche multiple de l'alinéa pour la marge de gauche (double ou triple). Dans notre document l'alinéa du texte courant est de 0,4 cm. Les listes ont une marge double (retrait à gauche de 0,8 cm) ou et la première ligne une marge à gauche négative égale à 0,4 cm. L'auteur doit autant que possible **éviter de mettre des troisième ou quatrième niveaux de sous-listes** qui rendent difficile la lisibilité.

9 LES TITRES

Chaque titre de votre texte constitue un paragraphe autonome d'une seule phrase. **On ne trouve ni de point simple, ni deux points à la fin d'un titre**. L'auteur peut en revanche terminer son titre par un point d'exclamation, d'interrogation ou de suspension.

Il existe un principe d'échelle ou de hiérarchie ou **le format de chaque titre est proportionnel à son contenu**. En dessous du titre on trouve le paragraphe (texte courant), puis la liste, puis la sous-liste. **Il n'est pas conseillé de multiplier les niveaux au-delà de 3**, voire parfois 4 car cela rend la lecture difficile à gérer par l'auteur et par le lecteur.

Pour répondre aux exigences de facilité de mise en page et pour garantir l'uniformité des titres tout au long du document l'auteur **doit paramétrer une feuille de styles**. Grâce à cet outil, il pourra tester le style et le modifier facilement. Lorsqu'une modification est apportée par la suite, elle sera répercutée sur tous les niveaux du style modifié dans l'ensemble du texte.

Lorsque l'auteur élabore un style de titre, **il choisit la police**, son style (*italique, gras...*), sa taille ou encore son effet (petites majuscules...). Il est fortement conseillé de ne pas changer de style de police à chaque niveau de titre (passer du *Times* à l'*Arial* puis au *Garamond*, etc.). Chaque niveau de la hiérarchie des titres se caractérise par 1 à 2 points d'écart de la police par rapport à celui qui précède à partir du niveau de base (le titre du paragraphe).

¹ C'est-à-dire que chaque première ligne sort de l'alignement gauche derrière une puce, un tiret, une lettre ou un numéro.



Les **éléments graphiques** (police, caractère, interlignes...) doivent contribuer à la transmission d'un message et ne doivent d'aucune façon devenir plus important que le message lui-même. **Le titre est écrit en gros caractères et les surtitres et intertitres se distinguent par un graphisme différent du titre.** Pour mettre en évidence un mot ou une série de mots dans le texte courant, il est recommandé de garder la même police que celle utilisée dans le corps du texte et de la mettre en « **gras** ». L'auteur doit autant que possible éviter **l'emploi des Lettrines** car ces dernières nuisent à la lisibilité.

Il est conseillé de mettre les titres en bas de casse qui est la forme la plus lisible plutôt qu'en capitales et en particulier pour les sous-titres. Il est recommandé que le titre soit en « **gras** » en dilatant l'espace interlittéral d'un point. On peut mettre un « **filet** » d'un demi-point d'épaisseur écarté du texte de 4 points pour ne pas couper les hampes descendantes de g, j p et q, mais **il ne faut jamais souligner un titre.**

Le style d'un titre se définit ensuite par les espacements. Le titre doit se voir et il doit être aéré. Il doit toujours y avoir plus d'aire au-dessus d'un titre qu'en dessous de façon à équilibrer les accents et les hampes ascendantes (d, f, h, k, l, et t). De façon imagée et évidente, le titre est plus rapproché de ce qu'il introduit et plus éloigné ce qui le précède.

Tableau 13 : Progression du corps des caractères

Progression du corps de caractère			
Notes de bas de page	9	10	11
Texte courant	10	11	12
Titre de paragraphe	10	11	12
Titre de sous-section	11-12	12-13	13-14
Titre de section	13-14	14-15	15-16
Titre de chapitre	15-16	16-17	17-18
Titre de partie	IDEM EN CAPITALES		

Source : Arabyan Marc, le prêt-à-clicher, Typographie et mise en pages, éditions l'Harmattan, 1997, p. 51.

Tableau 14 : Espacement selon les niveau

Les espacements selon les niveaux			
Texte des notes	10	4	0
Texte courant	11	0	0
Titre de paragraphe	11	12	0
Titre de sous-section	12	14	0
Titre de section	14	16	0
Titre de chapitre	16	120	0

Source : Arabyan Marc, le prêt-à-clicher, Typographie et mise en pages, éditions l'Harmattan, 1997, p. 53.

Il existe **deux types d'indexation**. Il y a l'anglo-saxon, numérique et récapitulatif, avec « 1.1.1.1 au quatrième niveau » et le type européen alphanumérique non récapitulatif (I puis A, puis 1, puis a).

10 RENDRE LA MISE EN FORME EFFECTIVE

L'auteur a créé la « feuille de styles » pour le texte courant (paragraphe), l'en-tête, l'épigraphe, le texte et les appels de note de bas de page, les citations, les tableaux, les listes. Il doit ensuite appliquer les styles paramétrés à l'ensemble de son texte. Ainsi chaque élément de l'article est

balisé et reconnu par le logiciel de traitement. Lorsque l'auteur modifie un style, l'ensemble des paragraphes ayant ce style subit la modification.

10.1 LES OPTIONS DE WORD ET LA MISE EN PAGE

Lorsque le statisticien rédige un article, il le fait la plupart du temps sous Word. Or, ce logiciel est sous utilisé alors qu'il dispose de nombreux outils utiles non seulement pour l'écriture, mais également pour la mise en page. Il est recommandé d'utiliser l'aide sur Microsoft Office Word pour perfectionner sa maîtrise du logiciel. L'utilisation de ces différents outils lui permet de gagner du temps, rendre son article beau et cohérent pour l'impression. L'auteur peut tout d'abord **préparer le mode d'affichage en limitant le nombre de barres d'outils** affichées afin d'avoir un certain confort lorsqu'il rédige. Si l'auteur travaille sur deux documents en même temps, il peut visualiser les deux documents en réduisant les fenêtres sur son écran. De même si les caractères sont petits, il a la possibilité de « zoomer » pour obtenir la taille qui lui convient.

10.2 LE MODE PLAN

Le **mode plan**, facile à maîtriser, est un soutien pour la rédaction et la présentation des documents. Ce dernier permet de **désigner les parties ou niveaux de votre texte** jusqu'à 8 niveaux (titre de niveau 1, titre de niveau 2, sous-titres...). Il est facile de **déplacer les parties pour restructurer votre texte** ou de modifier leur niveau. Parmi les règles de la typographie, le titre peut se situer en bas de page uniquement lorsque ce dernier est accompagné d'au moins 2 lignes du paragraphe qui le suit. Lorsque l'auteur travaille en mode *plan* sous Word, un titre en bas de page est automatiquement mis sur la page suivante (quelque soit son niveau). L'affichage en mode plan permet à l'auteur de **visualiser son article à différentes échelles** (uniquement les titres de premier niveau, les titres de premier et deuxième niveau...) et de vérifier ainsi que l'article respecte bien le plan en pyramide inversée.

10.3 TABLE DES MATIÈRES

Le mode *plan* et la création de la « feuille de style » sont des outils qui **permettent de générer automatiquement une table des matières**. En fonction des modifications que l'auteur apporte à son article (forme et fond), la table des matières peut être mise à jour régulièrement. Tous ces aspects techniques de l'outil Word permet à l'auteur de visualiser son plan et la structure de son article, mais aussi de se déplacer rapidement dans le document lorsque ce dernier est long : soit par la table des matières en se plaçant sur la partie que l'on désire lire ou modifier et en appuyant *CTRL + clic droit*, soit en mode plan.

11 RÈGLES TYPOGRAPHIQUES

11.1 LES GUILLEMETS

Nous avons évoqué l'utilité des guillemets dans la partie sur la ponctuation. Il faut rappeler les règles typographiques concernant ces derniers. Il existe **différents types de guillemets**, leur forme et leur distribution dans le texte dépend de la nature de la citation et du niveau de citation. **Les guillemets français** ouvrants [«] et fermants [»] encadre la citation. Les guillemets ouvrants se placent lorsque l'auteur passe la parole et les guillemets fermants se placent : 1) dans un dialogue après la ponctuation de la dernière réplique ; 2) dans une démonstration avant la ponctuation (virgule, point-virgule) ; 3) dans un paragraphe après le point final si ce dernier fait partie de la



citation ou avant dans le cas contraire.

Les guillemets anglais ouvrants [“] et fermants [”] sont utilisés pour mettre entre guillemets un mot ou une expression qui est déjà entre guillemets français. Enfin **les virgules hautes** ouvrante [‘] et fermante [’] viennent s’ajouter lorsqu’il y a un troisième niveau dans la citation.

11.2 LES RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

Lorsque l’auteur réalise un article, il regroupe des documents sur le thème choisi durant la phase de préparation. Il sélectionne des informations utiles provenant d’autres sources. L’auteur doit mettre les sources utilisées à la fin de son article : il s’agit des références bibliographiques.

La bibliographie est le plus souvent à la fin de l’article ou de la publication (avant les index et les tables) ou parfois au début (juste après l’introduction). Dans le cadre de la diffusion d’informations statistiques régulières composée d’articles courts, il est **préférable de mettre la bibliographie en fin d’ouvrage ou d’article** pour respecter l’ordre de la pyramide inversée et de l’intérêt du lecteur. Si ce dernier est vraiment intéressé par le thème, il pourra alors se tourner vers la bibliographie pour trouver les ouvrages qui l’intéressent.

11.3 RÉFÉRENCES PLACÉES DANS LE TEXTE

Lorsque l’auteur fait une référence dans le corps du texte, il doit citer **le nom de l’ouvrage, l’édition et le nom de l’auteur**. Il peut également écrire le nom de l’auteur, puis entre parenthèse le titre de l’ouvrage entre guillemets, le nom de la revue, le numéro et l’année.

11.4 RÉFÉRENCES PLACÉES EN NOTES

L’**information donnée dans le corps de l’article** en note de bas de page **précise l’origine de la citation** (ouvrage). Elle comporte l’information sur **l’auteur** à la première occurrence suivi de **la page ou des pages auxquelles** on renvoie. Lorsque l’auteur fait référence à la même source pour la seconde fois, il écrit tout simplement « op.cit » ou « loc.cit » ou bien « op.laud » ou « loc.laud » s’il s’agit du même auteur ou du même titre. Dans ce dernier cas, l’auteur peut tout simplement écrire « ibidem » ou « ibid ». De nos jours, les formules latines sont remplacées de plus en plus par les formules françaises (à l’exception de « op.cit. »). Lorsque deux sources du même auteur se situent à la suite en notes de bas de page, elles sont séparées par un point-virgule sans répéter le(s) nom(s) et prénom(s) de(s) l’auteur(s). (Cf. annexe 4 pour les abréviations les plus utilisées).

11.5 RÉFÉRENCE EN FIN D’OUVRAGE

Pour la présentation typographique, il est important de respecter l’unité de présentation des œuvres mentionnées par la bibliographie et l’auteur doit donc veiller à utiliser de façon unifiée les expressions synonymes.

Il existe **la norme AFNOR** qui est la norme préconisée résumant un ordre obligatoire des mentions signalétiques suivantes :

- 1 **Auteurs(s)** : Nom, prénom, qualités et titres professionnels ou universitaires, puis les collaborateurs éventuels.
- 2 **Le titre et le sous-titre de l’œuvre**. Il peut s’agir soit d’un ouvrage isolé ou d’une contribution à un ouvrage collectif, d’un article ou d’une traduction.
- 3 **Les noms, prénoms et qualités des autres signataires** ou intervenants comme l’auteur de la

préface et/ou de l'avant-propos, de la postface, du nom de l'éditeur scientifique, du présentateur, du commentateur, de l'auteur des notices et notes ; nom du traducteur et mention du titre original ; nom de l'illustrateur, mention éventuelle du prix littéraire.

- 4 **Indication de l'édition** : édition originale, deuxième édition, etc. ; édition fac-similé, réimpression...
- 5 **Titre de la contribution ou de l'article**, suivi de l'intitulé de l'ouvrage collectif, de la revue, du périodique ; le cas échéant traduction ou translittération du titre en français entre crochets, tomasion, numéro, année, mois et pagination de l'article dans la livraison.
- 6 **Editeur** : nom et raison sociale, lieu et date de publication. Lorsque l'information n'est pas disponible, l'auteur insère les abréviations : s.l. (sans lieu), s.d (sans date), ou s.l.n.d (sans lieu ni date). Mais si l'un des éléments peut être rétabli, l'information est mise entre crochets.
- 7 **Description** : format ou dimension (en centimètre, la largeur précédant la hauteur) ; pagination ; nombre des illustrations et nature (photogravure...) ; mentions des cartes, tableaux et graphiques ; énoncé des différentes parties de l'ouvrage...
- 8 **Mentions complémentaires ou annexes**. Prix, numéro de rubrique d'un catalogue, cote de classement, ISBN, et éventuellement ISSN...
- 9 **Commentaire, analyse, étude critique** en corps inférieur et dégagés de la référence bibliographique.

Pour un ouvrage : NOM DE L'AUTEUR EN CAPITALES, Prénom(s) ou initiale(s) du (des) prénom(s) ou prénom(s) de l'auteur (ces derniers peuvent être mis entre parenthèses), Titre de l'ouvrage en italique, NOM DU RESPONSABLE EDITORIAL EN CAPITALE, Prénom(s) ou initiale(s) du (des) prénom(s), *Titre de l'ouvrage en italique*, Lieu, Editeur, Année, désignation numérique du Tome ; du volume, du fascicule, pagination.

La majorité des auteurs et des éditeurs ont adopté une démarche simple. Les guillemets ne sont plus nécessaires, ni « in » devant la référence du recueil ou du collectif mais des virgules séparent les prénoms des noms. Il est possible de séparer le sous-titre du titre par deux-points avec une majuscule au premier terme du sous-titre. Enfin le point n'est utilisé que pour une abréviation et tous les champs sont séparés par des virgules.

Pour un ouvrage : NOM DE L'AUTEUR EN CAPITALES, Prénom(s) de(s) l'auteur(s) parenthèses, *Titre de l'ouvrage en italique*, Lieu, Editeur, Année, pagination.

Pour une contribution à un ouvrage collectif : NOM DE L'AUTEUR EN CAPITALES, Prénom(s) de(s) auteur(s) entre parenthèses, « Titre de l'article entre guillemets », dans NOM(S) DE(S) AUTEUR(S) EN CAPITALES, initiale(s) du (des) prénom(s) de(s) auteur(s) entre parenthèses, *Titre de l'ouvrage en italique*, Lieu, Editeur, Année, désignation numérique du Tome ; du volume, du fascicule, pagination.

Pour un article dans un périodique : NOM DE L'AUTEUR EN CAPITALES, Prénom(s) de(s) auteur(s) entre parenthèses, « Titre de l'article entre guillemets », *Titre du périodique en italique*, numéro, mois-Année, pagination.

Enfin il existe également **la méthode auteur-date** qui permet d'éviter les notes de bas de page mais qui nécessite d'indexer « petit a », « petit b » plusieurs ouvrages du même auteur qui sont paru la même année. Ainsi la référence est mise entre deux crochets dans le corps du texte de la façon suivante : [Nom de l'auteur, Année (index), p.000]. En annexe bibliographique, le code (l'index a, b...) sera détaillé dans l'ordre suivant : NOM DE L'AUTEUR, Prénom(s) ou Initiale(s), Année (index), puis le même ordre habituel finissant par le Lieu et l'Editeur sans répéter l'année.



L'annexe bibliographique est intitulée « **bibliographie** ». Elle comprend l'ensemble des ouvrages recommandés, **y compris les ouvrages qui n'ont pas été cités dans le corps de l'article**. En revanche elle est intitulée « **Références bibliographiques** » si **la liste se limite à une récapitulation des sources effectivement citées**.

L'auteur doit prendre conscience qu'il ne peut pas se contenter de réunir toutes les notes de bas de page sur un fichier, de supprimer toutes celles qui ne sont pas des références bibliographiques et de les classer avec la fonction du trie de Word. Cette mauvaise pratique risque d'introduire des doublons et de faire disparaître des références non citées dans les bas de pages. Le classement des références doit obéir à plusieurs règles. Les références sont classées **dans l'ordre alphabétique des patronymes des auteurs**. S'il y a des particules, **seul le nom principal compte**. Lorsqu'il y a **des ouvrages anonymes**, il y a 3 types de classement :

- 1 Le titre sans l'article (Le, La, Les, L') prend la place du patronyme de l'auteur lorsqu'il s'agit d'un code, d'un recueil de lois, de textes sacrés. Ainsi La Bible est classé à Bible.
- 2 L'ouvrage sera classé à ANONYME lorsqu'il n'est ni attribué, ni attribuable (de père et mère inconnus).
- 3 L'ouvrage est classé sous le nom de l'Institution (FMI, ONU, UNESCO, UE, BM...) lorsque qu'il est de source institutionnelle.

Le classement répond à une seconde règle : tous les textes signés par un seul auteur sont donnés avant tous les textes qui sont aussi signés par d'autres auteurs que lui.

Seulement lorsque l'ensemble des ces règles sont appliquées, les ouvrages sont classés par : 1) ordre d'année de parution ; 2) les articles avant les livres ; 3) et eux-mêmes en fonction de la date de parution : 4) par ordre alphabétique du premier mot du titre. C'est pourquoi le classement de votre bibliographie ou de vos références bibliographiques doit être effectué « **à la main** ».

Une bibliographie se caractérise par les alinéas en sommaire et chaque notice se termine par un point (signe qu'il ne manque plus rien). Les éléments ajoutés viennent entre parenthèses ou entre crochets : (éd.) pour édition ou (éds) pour éditeurs, (dir.) pour directeur [1ère éd., originale avant traduction française avec Lieu, Editeur, Année + identification du traducteur]...

Les noms des auteurs sont en petites capitales afin de repérer sans ambiguïté la majuscule du patronyme. Les références ISBN (International Standard Book Number) ou ISSN (International Standard Serial Number) ou la pagination totale du volume ne sont pas obligatoires. La pagination s'impose uniquement pour les articles et les citations. L'auteur doit cependant signaler l'origine des ouvrages traduits ou réédités avec au moins les lieux et date de l'édition originale et le nom du traducteur.





CHAPITRE 15 : LES GENRES JOURNALISTIQUES

Dans une publication, **il est recommandé de varier le genre des articles afin de relancer l'intérêt des lecteurs**. Il existe des articles d'informations (brève, filet, mouture, compte rendu, reportage, portrait, enquête, interview) et des articles de commentaire (éditorial, analyse, chronique, critique, billet, dossier...). Tous ces genres d'articles répondent également à des caractéristiques particulières. Alors que les articles d'informations rapportent des faits, les articles de commentaires évoquent des idées.

1 LES ARTICLES D'INFORMATION

Compte tenu des typicités de chaque genre d'article, nous n'entrerons pas de façon détaillée dans tous les types d'articles utilisés dans le domaine journalistique, mais ceux utilisés dans notre domaine de spécialisation (statistique). Il est par exemple rare d'utiliser la dépêche d'agence (mise à part sur les sites Internet). Le statisticien est le plus souvent amené à rédiger des articles d'informations (1 500 signes environ). Dans les articles informatifs, certains sont effectués au bureau (brève, filet, mouture) et d'autres sur le terrain (compte-rendu, reportage, interview, portrait, enquête).

1.1 LA BRÈVE

Une brève est un article court (300 signes environ) qui contient une dizaine de lignes d'information précise. A l'origine les brèves servaient à boucher les vides, mais sont aujourd'hui prévues dans la plupart des publications. Les informations qui sont fournies ne nécessitent aucun développement, mais répondent avec peu de mots aux questions : Qui ? Quoi ? Quand ? Ou ? voir aux questions : Comment ? et Pourquoi ? La brève se caractérise par l'absence de titre et les premiers mots sont significatifs. De point de vue de la forme, une brève est précédée d'un signe typographique (tiret, puce) et elle est rassemblée avec d'autres brèves sous un titre de rubrique (En bref, A noter...). Les premiers mots d'une brève sont soulignés ou en gras ou capitales du corps de texte.

1.2 LE FILET

Le filet est comme la brève : une information courte. Cependant, le filet est sans commentaire, mais l'importance de l'information donnée le caractérise par un titre. Le filet répond ainsi plus aux questions « Comment ? » et « Pourquoi ? » et se caractérise par deux ou trois paragraphes (600 signes environ soit une vingtaine de lignes) et un titre. Tout comme la brève, les filets sont souvent regroupés dans un emplacement spécifique (une colonne) et présentés de façon harmonisée.

1.3 LA MOUTURE

Il s'agit d'une refonte complète, c'est-à-dire une réécriture en un seul article d'informations reçues séparément pouvant provenir d'une ou de plusieurs sources. Les informations d'origine peuvent se chevaucher ou se contredire sur certains points. Pour effectuer une mouture, l'auteur doit faire preuve de rigueur à travers la citation précise des différentes sources. Ce type de rédaction est informatif et surtout neutre (aucun jugement ou commentaire). Lorsqu'un commentaire s'impose, il peut être présenté entre crochets à la fin de la mouture précédée de la mention NDLR (note de la rédaction). Une mouture fait entre 20 lignes et 100 lignes.

1.4 LE COMPTE-RENDU

Les statisticiens ont généralement l'habitude de rédiger des comptes rendus. Ce type d'écrit fournit au lecteur l'essentiel des informations sur un événement. Il s'agit d'un article d'information qui rend compte (sans commentaire) d'un événement auquel le rédacteur a assisté. Il apporte des faits importants qui sont nouveaux tout en laissant le lecteur juger de l'information. Le compte-rendu se caractérise par des citations précises et une description et n'est pas un simple procès-verbal qui enregistre ou résume de manière chronologique les informations. Il se caractérise par un style d'écriture synthétique qui donne à comprendre.

1.5 L'ENQUÊTE OU LE DOSSIER

Alors que le reportage montre, l'enquête démontre. L'enquête est un article qui apporte une réponse à une question. L'enquête démontre une information et le sujet de l'enquête est un problème. Tout en formulant clairement une question, l'enquête fait le point des connaissances sur cette question, puis formule des hypothèses, les vérifie en allant à la source et propose une réponse en guise de conclusion. L'enquête ne doit jamais être une simple compilation de documents et d'idées, ni un exposé flou, abstrait. L'enquête révèle au public des choses vues, des exemples illustrent les étapes et argumentations de la démonstration. Il donne à « voir », « entendre » et « comprendre ». La démarche de l'enquête correspond à celle de la recherche scientifique et on peut la caractériser en cinq étapes : 1) poser la bonne question (angle de l'enquête) ; 2) faire le point (documentation) ; 3) formuler les hypothèses de travail ; 4) vérifier les hypothèses sur le terrain ; 5) aboutir à une conclusion. L'auteur doit négliger aucune de ces étapes. Ainsi au début d'une enquête, l'auteur doit savoir ce qu'il cherche, mais non ce qu'il veut prouver. C'est pourquoi l'auteur peut aboutir à une conclusion qui n'avait pas été envisagée. L'enquête se rédige en fonction du message essentiel et un plan qui s'apparente à celui de la recherche scientifique plus qu'à celui de la pyramide inversée (problème, hypothèse, vérification, conclusion). Une enquête importante peut souvent justifier un éditorial.

Le dossier est un ensemble d'article sur la même enquête avec des angles différents. Il peut condenser des avis différents, confronter des hypothèses...

1.6 L'INTERVIEW

L'interview est un entretien et une démarche d'investigation. Les statisticiens et en particuliers les sociologues ont une bonne connaissance des interviews ou entretien (direct, par observation ou observation participante, collectif...). Pour publier et diffuser une interview, il est nécessaire que la personne interrogée accepte que ses propos soient rapportés par écrit et diffusés. L'interview est généralement présentée sous forme de questions-réponses et a pour objectif d'obtenir des informations ou opinions inédites qui intéressent les lecteurs. L'utilisation de l'interview est recommandée pour vulgariser une information car il fait appel au langage parlé et à la spontanéité. Il s'agit d'un style explicatif qui peut être utilisé pour expliquer l'objet d'un séminaire sur les statistiques par exemple. Elle a pour but d'obtenir des informations ou encore des opinions. Un interview est de préférence un tête-à-tête. Il demande du temps (jamais moins de trois quarts d'heure) et se prépare. Il n'est pas une discussion, ni un débat. Tout comme pour l'ensemble des différents types d'écrits, l'auteur devra effectuer une sélection et une reconstruction des réponses faites par l'interrogé. Il doit repérer le message essentiel en fonction de l'angle choisi et des lecteurs : sélectionner les réponses « utiles » et significatives.



1.7 LE PORTRAIT

Ce genre d'article permet de mieux faire connaître quelqu'un qui a des responsabilités ou dont le nom est souvent cité. Il a pour objectif de faire connaître aux lecteurs quelqu'un qu'ils ne connaissent pas. Le portrait donne une image vivante et dynamique de la personne (apparence physique, environnement familial, biographie...). Ce genre est relativement peu utilisé dans la presse et encore moins dans notre domaine, mais l'auteur peut l'utiliser pour de grandes occasions comme la Journée Africaine de la Statistique (JAS). Ce type d'écrit est très lu. L'auteur doit veiller à ne pas s'immiscer dans la vie privée du sujet. Le portrait doit dégager les caractéristiques du personnage (comportement, langage, habitudes, lieu de vie, projets, ambitions...). Pour effectuer un portrait, l'auteur doit le préparer à l'avance avec les éléments déjà existants. Enfin, le récit d'un portrait comprend des citations, des anecdotes.

1.8 LE REPORTAGE

Le reportage constitue le genre journalistique par excellence. Pour effectuer un reportage, l'auteur doit collecter et rapporter les faits au plus près de l'évènement (dans le temps et l'espace). L'auteur doit s'imprégner de l'évènement. C'est pourquoi le reportage est très descriptif : il doit donner au lecteur l'impression qu'il vit l'information. Lorsque l'auteur désire effectuer un reportage, il doit procéder à une collecte d'information importante en particulier sur : 1) des personnages typés ; 2) des paroles (rapportées le plus souvent en style direct) ; 3) des scènes vivantes et des anecdotes ; 4) des couleurs, des bruits, des odeurs ; 5) un décor (en quelques aspects précis). Tous ces éléments sont nécessaires à l'élaboration d'un bon reportage. L'auteur doit ensuite repérer le message essentiel, sélectionner les notes utiles, les assembler et les « mettre en scène ». Le reportage comporte par définition une part de subjectivité, mais l'auteur doit veiller à la rigueur de l'information en sélectionnant des faits sans commentaires explicites.

1.9 L'ÉCHO

L'écho est un style qui sera peut-être utilisé dans notre domaine. Il s'agit d'une information courte (de même dimension que le filet) qui a un caractère anecdotique, amusant, indiscret. Il met des détails inédits de l'actualité en avant. La chute est importante dans un écho et le titre doit être court (parfois un mot suffit) et accrocheur. Le style de l'écho est nerveux (phrases courtes et pointe d'ironie).

2 LES ARTICLES DE COMMENTAIRES

Les articles de commentaires ont pour but de développer des idées, de livrer des opinions ou d'affirmer une position (opinion idées) qui sont celles de l'auteur et par conséquent de l'institution. Ils sont forcément subjectifs mais doivent se caractériser par une stricte objectivité. L'auteur doit donc balayer les idées toutes faites, les préjugés qui pourraient encombrer sa réflexion. Pour cela, il rattache les idées abstraites à des faits et des exemples concrets.

2.1 L'ÉDITORIAL

L'éditorial est un article **qui engage la publication** et qui exprime une position sur un sujet ou un thème. Dans le cadre de la diffusion d'informations statistiques, il s'agit de l'avis de l'INS et non de l'avis personnel du rédacteur, sauf si ce dernier est signé par un auteur en particulier. L'éditorial annonce, explique et/ou alerte. Il commente des informations déjà connues et il ne constitue pas

lui-même une information. Il peut faire le point et expliquer et développer une argumentation pour aboutir à une conclusion. Ce dernier doit être clair, rigoureux, appuyé sur une solide argumentation dont le plan dans sa formule la plus classique se rapproche du plan universitaire. Il a une place importante dans la publication : il est généralement en caractères plus gros (taille et mise en forme de la police), encadré le plus souvent, sur la première page à gauche de premier sous-titre. L'éditorial ressemble souvent à un sommaire commenté. Le style de l'écriture est officiel et donne une vision à long terme, sur l'avenir.

Une variante de l'éditorial classique est l'**édito polémique** (à ne pas confondre avec un article de propagande ou une pétition). Ce type d'article nécessite du style, de la verve et ne doit pas exclure une bonne argumentation. Cependant, il ne faut pas en abuser.

On publie donc un éditorial pour trois raisons ; 1) annoncer et expliquer un choix, un changement ; 2) régler un compte avec quelqu'un ou avec une affaire ; 3) jamais lorsque l'on a rien à dire.

2.2 LA CHRONIQUE

La Chronique est publiée à des intervalles réguliers et non forcément à chaque parution de l'INS. Elle donne des réflexions personnelles sur un événement d'actualité et a pour particularité de susciter un sentiment (déception, indignation, espoir, bonheur, mise en honneur...). Il s'agit d'article de commentaire personnalisé qui peut concerner tous les domaines ou thèmes. La chronique se caractérise par : 1) la liberté du sujet (littérature, politique, religion, faits divers, vie quotidienne) ; 2) la liberté de ton (l'auteur s'exprime avec une plus grande indépendance) ; 3) la personnalisation (contrairement à l'éditorial, la Chronique est généralement écrite à la première personne « je »). Lors d'une publication d'une institution publique, la Chronique est effectuée par une « plume » reconnu. Elle concerne un thème particulier ou d'actualité. Le titre d'une Chronique ne comprend que quelques mots et n'a pas de surtitre ni de sous-titre

2.3 LE BILLET

Comme son nom l'indique, un billet est petit (quinze à quarante lignes). Il s'agit par conséquent d'un article court souvent incisif et/ou humoristique qui met en avant un commentaire personnel ou une leçon de morale. Le billet a pour objectif principal de faire réfléchir le lecteur et de l'amener là où on ne s'attend pas de façon complice. Le Billet a un titre court, accrocheur et souvent surprenant. Il est rare d'employer ce type d'article dans une revue de diffusion statistique car il est souvent périlleux de mélanger légèreté et gravité. Le plus important du billet est la chute. Le titre d'un billet est court (deux ou trois mots).

2.4 LA TABLE RONDE

Une table ronde est un genre d'article où plusieurs personnes s'expriment sur un sujet. L'article met en avant les avis les plus contrastés. En même temps que marquer les différences d'opinions, la table ronde met en relief les accords.

2.5 L'ANALYSE

L'analyse est un article d'explication d'un problème d'actualité. Il fait appel à la documentation et à la connaissance de l'auteur sur le sujet traité. Ce dernier est éclairé à travers différents aspects : histoire, politique, géographie, économie, culture, coutume, religion. L'analyse aboutie à un avis, une conclusion provisoire. L'analyse traite d'un fait en expliquant le pourquoi, en étudiant les forces en présence, en montrant les bienfaits ou les risques, les enjeux et tire une conclusion sous



forme de pronostic ou de prise de décision. L'auteur devra mettre l'accent sur la documentation dans la conclusion.

2.6 LA CRITIQUE

Il s'agit d'un article signé par l'auteur qui est souvent un jugement personnel. Ce genre d'article est rarement utilisé dans notre domaine. Il s'agit plus spécifiquement d'un compte rendu suivi de l'opinion personnelle de l'auteur. Elle permet à l'auteur de se mettre en valeur. Elle doit être sérieuse car elle consiste à « faire connaître » et à « juger ». Elle apporte donc une appréciation fondée sur des critères sérieux et argumentés. Depuis quelques années, la critique se pratique sur le thème de la vie pratique (à travers les rubriques consommation).

2.7 AUTRES TYPES D'ARTICLES

Il existe d'autres genres de rédaction comme le courrier interne, le compte rendu de réunion ou encore le communiqué de presse. On peut citer également la tribune (article reprenant une prise de position par un auteur extérieur) ou encore la polémique, l'article d'opinion, le courrier des lecteurs ou les notes de lecture.

3 SYNTHÈSE

Dans le cadre de la publication et de la diffusion en statistique, l'ensemble des genres d'articles énumérés ci-dessus ne doit pas être forcément utilisé. Certains genres sont à privilégier répondant plus aux types d'informations que les INS désirent diffuser.

Prenons l'exemple du recensement de la population et de l'habitat. Dans le cadre de la brève, on relate le début de l'opération du RGPH en quelques lignes. Dans le cas du compte-rendu, on se rend sur place lors de l'annonce officielle et on relate les points clés du dispositif et du discours. Dans le cas du reportage, on passe la première journée avec les agents de terrain et les interrogés. Dans le cas de l'interview, on effectue un entretien avec le responsable de RGPH qui supervise l'opération. Dans le cas d'une enquête, on répond aux questions : Y a-t-il un besoin ? Comment l'opération est-elle effectuée. Par qui ? A quoi cela sert ?...





CHAPITRE 16 : PRINCIPES DU RÉDACTEUR

Pour rendre un article à la portée du lecteur, l'auteur doit prendre du temps et respecter ces quelques principes. Mais le travail de rédaction ne doit pas aboutir à un changement des messages et informations par rapport à la version originale. Enfin, les procédés de rédaction énoncés sont à utiliser avec modération.

1 LES PRINCIPES GÉNÉRAUX À RETENIR

Il est important de retenir les principes suivants :

- | | | |
|---|---|---|
| ✓ Donner en premier lieu le message essentiel | ✓ Organiser ses idées en paragraphes avec une idée par paragraphe | ✓ Utiliser un vocabulaire clair et précis (il ne s'agit pas d'adopter un style puéril et un vocabulaire pauvre, mais d'adapter le texte aux lecteurs) |
| ✓ Donner l'information la plus récente | ✓ Penser au chapeau et aux intertitres | |
| ✓ Suivre l'angle défini avant la rédaction | ✓ Accorder une attention particulière aux premières lignes | ✓ Éviter le style indirect et les formules négatives |
| ✓ Respecter les principes de proximité | ✓ Éviter les répétitions | ✓ Expliquer les mots difficiles |
| ✓ Répondre aux 6 W (Who, what, Where, When, Why, hoW) | ✓ Ecrire en se mettant à la place du lecteur | ✓ Mettre une bonne attaque et une bonne chute |
| ✓ Utiliser le plan de la pyramide inversée | ✓ Ecrire le plus simplement (sujet-verbe-complément) et de façon courte sans confondre simplicité et pauvreté | ✓ Dégraisser (adverbes, adjectifs, conjonctions) |
| ✓ Choisir un type de rédaction (éditorial, brève...) | | ✓ Effectuer une feuille de style et assurer une belle mise en page |

2 LES SIX RÈGLES DE GEORGE ORWELL

George Orwell¹ a écrit sur la phraséologie dans le discours politique. Selon Orwell : « ...*le langage peut aussi corrompre la pensée. Cette invasion de l'esprit par des expressions toutes faites ne peut être évitée que si on est constamment en garde contre-elle et chacune de ces expressions anesthésie une partie de notre cerveau. Mais on peut souvent être dans le doute sur l'effet d'un mot ou une expression et on a besoin de règles sur lesquelles on peut compter quand l'instinct échoue* »².

Il propose donc les règles suivantes :

- 1 Never use a metaphor or other figure of speech which you are used to seeing in print (N'utilisez jamais une métaphore, comparaison, ou autre figure de rhétorique que vous avez l'habitude de voir) ;
- 2 Never use a long word where a short one will do (N'utilisez jamais un long mot quand un court convient);
- 3 If it possible to cut a word out always cut it out (S'il est possible de supprimer un mot, supprimez le toujours);
- 4 Never use a foreign phrase, a scientific word or a jargon word if you can think of an everyday English equivalent (N'utilisez jamais une expression étrangère, un mot scientifique, ou un mot de jargon si vous pouvez penser à un équivalent courant) ;
- 5 Never use the passive where you can use the active (N'utilisez jamais le passif si vous pouvez utiliser l'actif) ;
- 6 Break any of these rules sooner than say anything outright barbarous (Violez n'importe laquelle de ces règles plutôt que de dire quoi que ce soit de franchement barbare).

Comme le souligne Orwell « **Ces règles semblent élémentaires, et elles le sont, mais elles exigent un changement profond d'attitude à quelqu'un qui s'est habitué à écrire dans le style qui est maintenant à la mode.** »³

En résumé, rédiger c'est dire l'essentiel au début. Le texte doit être dense (pas de redondances, éviter les adjectifs affaiblissant le sens d'un verbe), mais aussi concret dans le vocabulaire (éviter les mots abstraits) et dans la forme (préférer l'actif au passif).

Afin d'être concret et attrayant, il faut illustrer notre texte (exemples, images, formules) et de bannir le jargon car notre lecteur est pressé, parce qu'il n'est pas captif et qu'il est non spécialiste. Il faut être précis et court (éviter les phrases longues, les termes vagues). Enfin, il faut organiser la structure de son texte, c'est-à-dire sélectionner (choisir le message essentiel, les angles et la proximité), hiérarchiser (ordonner les informations) et montrer (l'essentiel au début). L'auteur doit ensuite mettre l'accent sur l'attaque et la chute.

1 Pour plus d'informations, vous pouvez consulter le lien suivant : <http://fr.wikipedia.org/wiki/Orwell>

2 Extrait de *La Politique et la Langue*, George Orwell, 1946. Traduction provenant du site http://lanredec.free.fr/polis/patee_tr.html.

3 Idem.



Le présent manuel donne les techniques rédactionnelles essentielles, l'INS pourra poursuivre cette démarche de renforcement des capacités en diffusion à travers l'élaboration d'un lexique des termes techniques utilisés dans notre domaine et leur explication simple ou d'autres aspects qui ont été évoqués. **Ces premières techniques donnent cependant la possibilité pour chaque statisticien de vulgariser ses écrits et de les mettre à la portée de tous** (nos futurs lecteurs).

« Écrire court, ce n'est pas raccourcir l'information, c'est raccourcir le chemin entre l'auteur et le lecteur ».
Colignon, 1988.



**« FAITES DES PHRASES
COURTES. UN SUJET, UN
VERBE, UN COMPLÉMENT.
POUR LES ADJECTIFS, VOUS
VIENDREZ ME VOIR » GEORGES
CLEMENCEAU (ALORS PATRON
DE L'AURORE)**



BIBLIOGRAPHIE¹

Abrégé du Code typographique à l'usage de la presse, Paris, Centre de formation et de Perfectionnement des Journalistes, 1991.

*ANGEL (Jean William), *Savoir compter, savoir conter*, Episode n°5 – Plan d'un article : inverser la pyramide !, *Courrier des statistiques* n°177-119, 2006, p. 85-88.

*ARABYAN (Marc), *le prêt-à-clicher, Typographie et mise en pages*, éditions l'Harmattan, 1997, 124 p.

*BARIL (Denis), GUILLET (Jean), *Techniques de l'expression écrite et orale*, Tome1, 9^{ème} édition, Dalloz, 1996.

*BARRIER (Guy), *Internet, clefs pour la lisibilité: se former aux nouvelles exigences de l'hypermédia*, Esf Editeur, 2000, 143 p.

BEAUDET (Céline), *Clarté, lisibilité, intelligibilité des textes : un état de la question et une proposition pédagogique*, Recherche en rédaction professionnelle (RPR), Vol. 1, n°1, sous la direction Céline BEAUDET. [en ligne]. URL : http://www.0.usherb.ca/flsh/rrp/no1_beaudet_res.htm. 2001.

BEAUDET (Céline), *Guide rédaction en milieu communautaire*, Sherbrooke : Edition GGC, Université de Sherbrooke, Collection pratiques professionnelles. 2001, 140 p.

* BEAUDET (Céline), *Littéracie et rédaction : vers la définition d'une pratique professionnelle*, « L'intervention : usages et méthodes », sous la direction de Georges A. Legault, Sherbrooke : Productions GGC, Collection Analyse des pratiques professionnelles, 1998, p. 69-88.

BENOIT (Pierre), *Revue critique des formules de lisibilité (60 ans de formules de lisibilité : qu'en reste-t-il ?)*, *Pratiques*, n°52 (décembre), p. 45-63.

*BENVENISTE (Corinne), *Savoir compter, savoir conter, Episode N°3 – Des graphiques et des tableaux*, *Courrier des statistiques* n°115, p.49-53, septembre 2005, p.49-53.

BERTIN (Jacques), *Sémiologie graphique : les diagrammes, les réseaux, les cartes*, Paris, Gauthier-Villars, 1967 ; *le graphique et le traitement graphique de l'information*, Paris, Flammarion, 1977.

BLUM (Alain), *Des lettres et des chiffres : des test d'intelligence à l'évaluation du savoir-lire, un siècle de polémique*, Paris, Fayard, 200, 191 p.

*BOYER (Jean-Yves), *La lisibilité*, *Revue française de pédagogie*, n°99, (avril-mai-juin) 1992, p 5-14.

*BROUCKER (José), *Pratique de l'information et écritures journalistiques*, éditions du CFPJ, 1995.

*CHALL (J. S.), *Readability : An appraisal of research and application*, 1958, Columbus: Ohio State University Press.

CHALL, J.S. (1958) *Readability: An Appraisal of Research and Application*, Bureau of Educational Research Monographs, n° 34, Columbus, OH, Ohio State University Press, reprinted (1974) by Bowker Publishing, Epping, Essex, England

*CHAPRON (Françoise), PAJ (Marie-Paule) (dir.), *Voyage au centre de la documentation*, Magnard, 1992, Les différents types de plans, fiche n° 93.

¹ Les articles et ouvrages cités dans le manuel sont précédés d'un astérisque (*).

- *CLARET Jacques, *le choix des mots*, PUF Que sais-je, édition de 1980.
- *CLERC (Isabelle), BEAUDET (Céline), Pour un enseignement de la rédaction professionnelle ou de la rédaction technique ?, Technostyle, Vol.18, n°1, 2002, p. 27-44.
- *CLERC (Isabelle), *L'enseignement de la rédaction professionnelle en milieu universitaire* : Pour mieux comprendre la lecture et l'écriture, sous la direction de Clémence Préfontaine, Lucie Godard et Gille Fortier, Montréal : Editions Logiques, Collection Théories et pratiques dans l'enseignement, p. 345-370.
- *COLIGNON (Jean-Pierre), *La ponctuation, art et finesse*, Ecole, 1998
- *COLIGNON (Jean-Pierre), *Un Point c'est tout ! La ponctuation efficace*, Paris, Editions du Centre de formation et de Perfectionnement des journalistes, 1992.
- COMBIER (Marc) et Pesez (Yvette) (dir.), *Encyclopédie de la chose imprimée : du papier @ à l'écran*, Paris : Retz, 1999, 544 p.
- *CONQUET (A.), *La lisibilité*, Assemblée permanente des chambres de commerce et d'industrie, Paris, 1971.
- DARRINÉ (Serge), Savoir compter, savoir conter, Episode N°9 – *Ecrire les expressions numériques : les pièges à éviter*, Courrier des statistiques n°124, mai-octobre 2008, p.53-57.
- DALE E. & XHALL (J. S.), *A formula for predicting readability*, Columbus: Bureau of Educational Research, 1948, Ohio State University.
- DUPLAN (Pierre) et JAUNEAU (Roger), *Maquette et mise en page*, Paris, éd. Du Moniteur, 1992.
- *ESCARPIT (Robert), *L'écrit et la communication*, PUF, collection Que sais-je ?, n°1546, 1984, 128 p.
- FÉDÉRATION C.G.C DE LA COMMUNICATION, Code typographique, 16^e éd., Paris, 1989.
- *FERNBACH (Nicole), *La simplification des communications officielles : le mouvement internationale*, Colloque sur la simplification des communications, Zoom sur une langue claire et accessible, organisé par le Ministère des Relations avec les citoyens et de l'Immigration (MRCI), le Centre d'expertise des grands organismes, le CIRAL et le Groupe Rédiger, Université Laval, Québec, 2003, 2 p.
- *FERNBACH (Nicole), *La lisibilité dans la rédaction juridique au Québec*, Ottawa : Centre canadien d'information juridique, 1990, 128 p.
- *FLESCH (Rudolf), *How to test readability*, New-York, Harper and Row, 1949
- *FLESCH (Rudolf), *A new readability yardstick*, journal of Applied Psychology, 32, 1948.
- *FRY (E. D.), *Areability formula that saves time*, Journal of Reading, 2, 1968.
- *FURET (Claude), *Le titre, pour donner envie de lire*, CFPJ, Paris 1995.
- GOURIOU (Charles), *Mémento typographique*, Paris, Hachette, 1961, réédité par le Cercle de la Librairie, 1973.
- Guery (Louis), *Dictionnaire des règles typographiques*, Paris, Centre de Formation et de Perfectionnement des Journalistes, 1996.
- *GUNNING (Robert), *The technique of clear writing*, Edition revue et corrigée, New-York, MacGraw-Hill Book Compagny [1952], 1968, 329 p.



- *HEINDERYCKX (François), *Une introduction aux fondements théoriques de l'étude des médias*, 2^{ème} édition, édition du Céfal, collection Cefal sup, 2002, 84 p.
- *HENRI (Georges), *Comment mesurer la lisibilité*, Paris, Fernand Nathan, Editions Labor, 176 p.
- *JAKOBSON (Roman), *Closing statements, Linguistics and Poetics, Style in langage*, T.A. Sebeok, New-York, 1960.
- *JAKOBSON, *Closing statements : Linguistics and Poetics, Style in langage*, T.A. Sebeok, New-York, 1960. Traduction de Nicolas Ruwet : « Linguistique et poétique », Essais de linguistique générale, Éditions de Minuit, Paris, 1963.
- KAVANAGH (Eric), *Ecrire pour le Web : les principes généraux*, Québec : centre d'expertise des grands organismes, 2003, 42 p.
- KINTSCH (Walter), PATEL (Vilma), ERICSSON (K. Anders), *the role of longterm working memory in texte comprehension*, Psychologia, Vol.42, n°44 (décembre), 1999, p.681-744.
- LABASSE (Bertrand), *La lisibilité rédactionnelle, fondements et perspectives*, Communication & langages n°121, 1999, p.86-103.
- LABASSE (Bertrand), *Perception et compréhension de l'écrit*, Encyclopédie de la chose imprimé : du papier @ à l'écran, sous la direction de COMBIER Marc et PESEZ Yvette, Paris : Retz, p.458-462.
- LABASSE (Bertrand), Chapitre 5 – *La clarté et l'intérêt*, La communication scientifique, logiques et méthodes, Lyon : université de Lyon, 2001, p.40-53.
- *LABASSE (Bertrand), *Une dynamique de l'insignifiance*, Collection Référence, Presse de l'Esssib, 2002.
- *LABASSE (Bertrand), *La communication écrite : une matière e, quête de substance*, Lyon, édition Colbert, 2003.
- *DE LANDSHEERE (G.), *Pour une application des tests de lisibilité de Flesch à la langue française*, Le travail humain, vol. XXVI, 1963, N°1-2, p.141-154.
- *DE LANDSHEERE (G.), *Le test de closure : mesure de la lisibilité et de la compréhension*, Paris, F. Nathan, 1978, 125p.
- *LEBRUN (Nicole) & BERTHELOT (Serge), *Lisibilité typographique et ordinateur*, ronéotypé, séminaire du groupe LEO, Département des Sciences de l'éducation, UQUAM, 1991.
- **Lexique des règles typographiques en usage à l'imprimerie Nationale*, troisième édition, Edition de l'Imprimerie Nationale, 2002, 197 p.
- *MILLER (G.A.), *The magical number seven*, Psychological Review 63, page 81-94.
- **Ministère de l'Economie et du ministère du Budget*, « La lisibilité au service de l'administration de l'Economie et du Budget », dans *Bulletin de liaison et d'information de l'administration centrale du n°84*, avril septembre 1979 (France).
- *MINTO (Barbara), *The pyramid Principle*, Prentice Hall Financial Times, London, 2002.
- *OUY (P.), *Rédiger pour être lu*, Bruxelles, De Boeck, 1990.
- *ORWELL (George), *La politique et la langue anglaise (1946)*, dans *Essais, articles, lettres*, Ivrea 2001, vol. IV p. 173.
- *PRÉFONTAINE, (C.) et (J.) LECAVALIER, *La mesure de l'intelligibilité des textes non littéraires*, Revue de l'ACLA, 1992, vol.14, N°1, p.95-109.

*PRÉFONTAINE, (C.) et (J.) LECAVALIER, *Analyse de l'intelligibilité de textes prescriptifs*, Revue québécoise de linguistique, 1996, vol.25, N°1, p.99-143.

*PUISEUX (Alain) et TRENTESAUX (Jacques), *De si belles phrases*, ELS-Médias pour l'Informatique, ESJ Lille, 18 septembre 1998.

RESTIER-MELLERAY (Christaine), la proximité érigée en Loi journalistique : catégorie pratique, impératif catégorique, consécration d'une représentation hégémonique, MCF science politique IEP Bordeaux.

RICHAUDEAU (François), *Manuel de typographie et de mise en page*, Paris, Retz, 1989.

RICHAUDEAU (François), *Trois préjugés sur la lecture*, Communication et langages, n°76, 1988, p.12-18.

RICHAUDEAU (François) (dir), *Recherches actuelles sur la lisibilité*, Paris : Retz, 159 p.

RICHAUDEAU (François), *L'écriture efficace*, Paris, Editions CEPL, Collection savoir communiquer, 1978, 256 p.

*RUWET (Nicolas), *Linguistique et poétique, Essais de linguistique générale*, Éditions de Minuit, Paris, 1963.

*SPERBER (Dan) et (Wilson) DEIRDRE, *La pertinence : communication et cognition*, Minuit, 1989, cité in *Le langage*, Edition Sciences humaines.

*TAYLOR (W. L.), Cloze procedure : A new tool for measuring readability, *Journalism Quartely*, 30, 1953.

*TEMAN (Daniel), *Des chiffres : point trop n'en faut compter*, dans « savoir compter, savoir conter », Episode N°1 –, *Courrier des statistiques* n°112, décembre 2004, p.55-57.

*TEMAN (Daniel), *Des textes plus vivants*, dans « Savoir compter, savoir conter », Episode N°2 –, *Courrier des statistiques* n°113-114, mars-juin 2005, p.69-71.

*TEMAN (Daniel), *Bien préparer, voilà le secret*, dans « Savoir compter, savoir conter », Episode N°4 –, *Courrier des statistiques* n°116, décembre 2005, p.39-40.

TEMAN (Daniel), *Le jargon statistique : l'éviter autant que possible, sinon l'expliquer... dans le texte*, dans « Savoir compter, savoir conter », Episode N°7 –, *Courrier des statistiques* n°121-122, mai - décembre 2007, p.77-79.

*TEMAN (Daniel), *Le traitement de texte : des fonctions annexes peu exploitées, et pourtant bien utiles*, dans « Savoir compter, savoir conter », Episode N°8 –, *Courrier des statistiques* n°123, janvier – avril 2008, p.73-75.

TEMAN Daniel, *Habiller un article : difficile, mais indispensable*, dans « Savoir compter, savoir conter », Episode N°6 –, *Courrier des statistiques* n°120, année 2007, p93-96.

*TIMBAL-DUCLAUX (Louis), *Textes « inlisable » et lisible*, Communication et langages, 1984, 920p.

*TIMBAL-DUCLAUX (Louis), *L'expression écrite pour communiquer*, 2^{ème} édition, Paris, ESF, 1983.

TIMBAL-DUCLAUX (Louis), *La méthode E.S.P.R.I.T*, Retz, 1983.

TIMBAL-DUCLAUX (Louis), *La communication écrite, scientifique et technique : qualité et lisibilité*, Paris, ESF – Entreprises moderne d'édition, 1990, 192 p.

*TRUDEAU (Sonya), *Les recommandations liées à la rédaction en langue claire et simple : entre lisibilité et intelligibilité*, mémoire présenté à la faculté des études supérieures de l'Université de



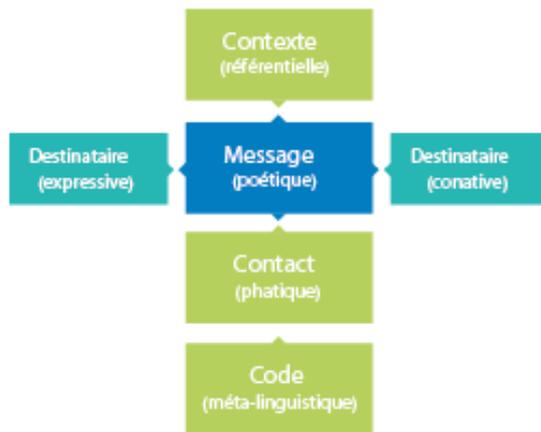
Laval dans le cadre d'un programme de maîtrise en linguistique pour l'obtention du grade de maître es Art (M.A.), sous la direction D'Isabelle CLERC, novembre 2003, 99p.

TSCHICHOLD (Jan), *Livre et typographie*, Paris, Allia, 1994.

*VOIROL (Michel), *Guide de la rédaction*, CFPJ, 8^{ième} édition, Paris, 2006

*YVES (Agnès), *Manuel de journalisme : Ecrire pour le lecteur*, avec l'appui de l'ESJ de Lille, 2002.

ANNEXE 1 : SCHÉMA DE JAKOBSON ET LES 6 FONCTIONS DU LANGAGE



Le schéma de Jakobson²⁹ est un modèle décrivant les différentes fonctions du langage. Il a été développé à la suite des études de Karl Bühler³⁰, dont le modèle se limitait aux fonctions émotive, conative et référentielle. Selon Jakobson, « **le langage doit être étudié dans toutes ses fonctions** ». Le linguiste doit s'attacher à comprendre à quoi sert le langage, et s'il sert à plusieurs choses.

Le lien entre le langage et la communication se caractérise par six éléments :

- 1 Le message lui-même ;
- 2 L'émetteur (« Le destinataire envoie un message au destinataire »³¹) ;
- 3 Le récepteur (celui qui reçoit le message et qui peut l'émettre à son tour) ;
- 4 Le contexte (« Pour être opérant, le message requiert d'abord un contexte auquel il renvoie (c'est ce qu'on appelle aussi, dans une terminologie quelque peu ambiguë, le « référent »), contexte saisissable par le destinataire, et qui est soit verbal, soit susceptible d'être verbalisé »³²) ;
- 5 Le code (« le message requiert un code, commun, en tout ou au moins en partie, au destinataire et au destinataire »³³) ;
- 6 Le contact ou le canal (« le message requiert un contact, un canal physique et une connexion psychologique entre le destinataire et le destinataire, contact qui leur permet d'établir et de maintenir la communication »³⁴).

29 Roman Jakobson, « Closing statements : Linguistics and Poetics », *Style in language*, T.A. Sebeok, New-York, 1960. Traduction de Nicolas Ruwet : « Linguistique et poétique », *Essais de linguistique générale*, Éditions de Minuit, Paris, 1963.

30 Karl Bühler (1879-1963) est un psychologue et théoricien du langage allemand, membre actif de l'« École de Würzburg » puis directeur de l'Institut de psychologie de Vienne.

31 Roman Jakobson, « Closing statements : Linguistics and Poetics », *Style in language*, T.A. Sebeok, New-York, 1960. Traduction de Nicolas Ruwet : « Linguistique et poétique », *Essais de linguistique générale*, Éditions de Minuit, Paris, 1963

32 Idem.

33 Idem.

34 Idem.



Jakobson a proposé 6 fonctions du langage qui sont importantes car la communication de l'auteur s'effectue par l'une des ces fonctions :

- Fonction **expressive** (expression des sentiments de l'émetteur ou destinataire)
- Fonction **conative** (fonction relative au récepteur)
- Fonction **phatique** (mise en place et maintien de la communication)
- Fonction **référentielle** (le message renvoie au monde extérieur)
- Fonction **métalinguistique** (le code lui-même devient objet du message)
- Fonction **poétique** (la forme du texte devient l'essentiel du message)

La fonction expressive ou émotive (relative à l'émetteur) est utilisée pour informer le récepteur sur sa propre personnalité. Elle traduit une émotion (joie, désir...). Dans un contexte informatique, la fonction expressive pourrait être remplie par des méta-informations ou métadonnées exprimant l'état psychologique de l'agent émetteur. Cette fonction est fortement présente dans les textes littéraires, des lettres.

La fonction conative (relative au destinataire) est utilisée par l'émetteur pour que le récepteur agisse sur lui-même et s'influence. C'est évidemment une fonction privilégiée par la publicité puisque cette fonction est utilisée lorsque l'on s'adresse au lecteur (« vous pouvez constater que... »). Cette fonction implique le destinataire dans le discours de l'émetteur et permet de le convaincre par exemple. Cette fonction est exprimée le plus souvent par des formes interrogatives et impératives et elle est présente particulièrement dans les textes publicitaires.

La fonction phatique est utilisée pour établir, maintenir ou interrompre le contact physique et psychologique avec le récepteur. Cette fonction vérifie le passage physique du message. Pour Jakobson, cette fonction doit en priorité établir une communication avant de transmettre une information. L'exemple typique est le « Allô » d'une communication téléphonique qui n'informe pas, mais permet de créer un contact. De même les formules de politesse (merci par exemple) sont utilisées pour remplir la fonction phatique. Dans le cadre du présent manuel, la mise en page d'un article a une fonction phatique (typographie, titraille, habillage).

La fonction métalinguistique (relative au code) examine le code employé et d'enrobe. Cette fonction pourrait être comparée au dictionnaire ou au mode d'emploi. Cette fonction consiste donc à utiliser un langage pour expliquer ce même langage ou un autre langage. On l'appelle parfois « fonction de traduction ». Un sous-titre a une fonction métalinguistique puisque qu'il renforce la compréhension du titre. Lorsque l'auteur s'arrête sur une notion et l'explique par des arguments ou la met en avant avec des exemples, il utilise la fonction métalinguistique.

La fonction référentielle est centrée sur le monde (un objet ou évènement extérieur), sur le message. Lorsque l'on délivre une information on utilise la fonction référentielle. Cette fonction est utilisée à travers la rédaction d'un titre informatif. Il s'agit de la fonction première du langage et elle est fortement présente dans les notes, les communiqués et les comptes rendus.

La fonction poétique est centrée sur le message. Cette fonction permet de faire du message un objet esthétique en recherchant des effets de style. Lorsque l'auteur fait des efforts d'euphonie³⁵, réfléchit à l'ordre des mots, au ton de la phrase, il construit la fonction poétique du message (rimes par exemple).

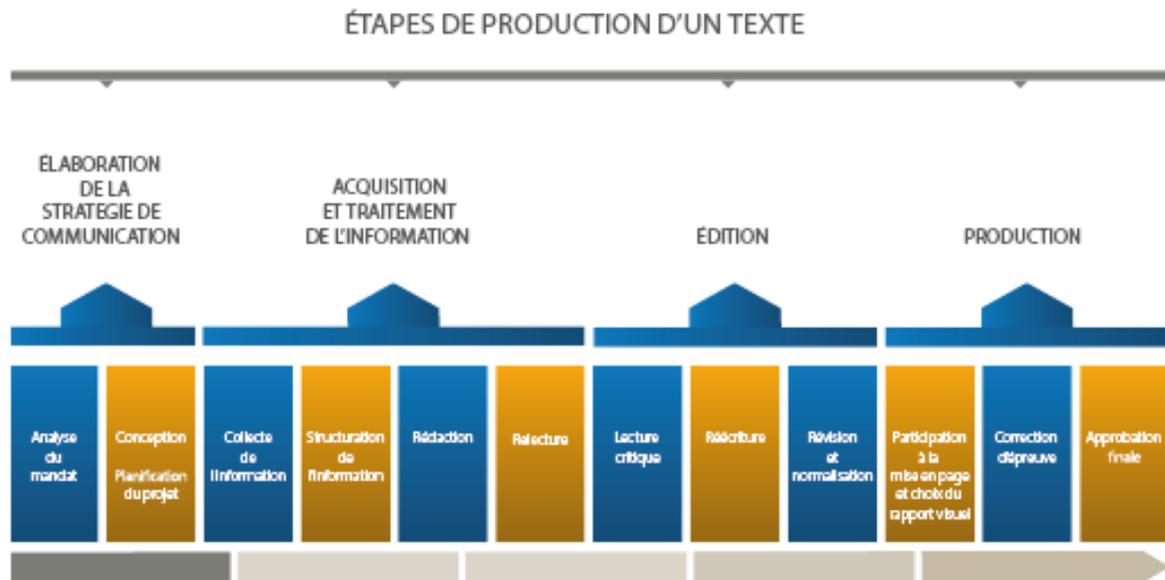
35 Qui signifie une combinaison agréable et harmonieuse des sons.

Les différentes fonctions du langage diffèrent selon les types de poésie, d'écritures. Par exemple, « ...la poésie épique, centrée sur la troisième personne, met fortement à contribution la fonction référentielle ; la poésie lyrique, orientée vers la première personne, est intimement liée à la fonction émotive »³⁶. Mais la notion de *fonction poétique* n'est donc pas spécifique au domaine poétique puisqu'elle concerne les communications quotidiennes.

³⁶ Roman Jakobson, « Closing statements : Linguistics and Poetics », *Style in language*, T.A. Sebeok, New-York, 1960. Traduction de Nicolas Ruwet : « Linguistique et poétique », *Essais de linguistique générale*, Éditions de Minuit, Paris, 1963.



ANNEXE 2 : ÉTAPE DE PRODUCTION D'UN TEXTE



Le schéma suivant correspond à la démarche de rédaction inspirée de la pratique professionnelle selon le modèle de Clerc (1998).

ANNEXE 3 : SYNTHÈSE DES DEUX DIMENSIONS OBSERVABLES SERVANT À PRÉCISER LES CONCEPTS DE LISIBILITÉ ET D'INTELLIGIBILITÉ

Dimensions	Détails (communication "réussie")
<p>1^{ère} dimension : la tâche d'écriture</p> <p>L'ensemble des aspects visuel, linguistique, informatif, structurel et rédactionnel du texte produit, doivent être considérés lorsqu'il est question de lisibilité et d'intelligibilité. Chacun joue un rôle précis dans la compréhension ou la non-compréhension du message qui sera reçu par le lecteur</p>	<p>Visuel : on a respecté les règles typographiques, choisi des procédés de mise en évidence adéquats, assuré la qualité de l'impression, etc.</p> <p>Linguistique : on a porté une attention particulière à la syntaxe, au vocabulaire, à la ponctuation, à la cohésion, etc.</p> <p>Informatif : on a bien ciblé l'information à transmettre, sélectionné les renseignements importants fournis des explications au besoin, etc.</p> <p>Structurel : on a structuré l'information selon un plan détaillé, regroupé les idées principales et secondaires dans un ordre cohérent, etc.</p> <p>Rédactionnel : on a opté pour le bon genre d'écrit (dépliant, lettre...) et on a respecté les composantes obligatoires; on a bien réfléchi à la façon de s'adresser au lecteur, au ton à retenir, et on a identifié l'émetteur; on a procédé à la validation du texte (ex: lecture critique par un pair, grille de vérification, test auprès des lecteurs potentiels), etc.</p>
<p>2^{ème} dimension : l'activité de lecture</p> <p>L'activité de lecture suppose des processus qui entraînent parfois des difficultés susceptibles de nuire à la compréhension; celles-ci se rapportent à l'appréciation du caractère lisible ou intelligible du texte. Elles sont notamment d'ordre visuel, linguistique, figuratif, logique et effectif.</p>	<p>Visuel : le texte est facile à décoder; on y distingue bien les mots, les paragraphes, etc.</p> <p>Linguistique : la syntaxe, le vocabulaire, l'orthographe, la ponctuation sont accessibles, les liens cohésifs sont clairs, etc.; on saisit le message.</p> <p>Figuratif : l'information fournie est suffisante et cohérente, ni trop abondante, ni trop technique, etc.; on peut interpréter le message.</p> <p>Logique : le texte est bien structuré, l'ordonnancement est judicieux; on peut se représenter le message.</p> <p>Effectif : le texte touche sa cible; on se sent concerné par le message.</p>

Source : Trudeau Sonya, Les recommandations liées à la rédaction en langue claire et simple : entre lisibilité et intelligibilité, mémoire présenté à la faculté des études supérieures de l'Université de Laval dans le cadre d'un programme de maîtrise en linguistique pour l'obtention du grade de maître es Art (M.A.), sous la direction D'Isabelle Clerc, novembre 2003, p.33.



ANNEXE 4 : ABRÉVIATIONS LES PLUS UTILISÉES

Abréviation 1	Abréviation 2	Signification	S'utilise pour	Suivi de
ann.	-	annexe	-	-
apr.	-	après	-	-
arithm.	-	arithmétique	-	-
arr.	-	arrondissement	-	-
art.	-	article	-	-
av.	-	avant	-	-
bdc.	-	bas de casse	-	-
bull.	-	bulletin	-	-
c.-à-d.	-	c'est à dire	-	-
cf.	Confer	comparez avec	-	-
chap.	-	chapitre	-	-
chronol.	-	chronologique	-	-
éd.	-	éditeur, édition	-	-
ÉO	-	édition originale	-	-
ÉOF	-	édition originale française	-	-
épil.	-	épilogue	-	-
fasc.	-	fascicule	-	-
fig.	-	figure	-	-
f ^o f ^{os}	-	Folio, folios	-	-
graph.	-	graphiques	-	-
ibid.	Ibidem	-	S'emploie pour signifier Voyer le dernier titre cité, même page ou page tant (à préciser)	-
id.	Idem	-	Renvoie au dernier titre et ouvrage cité (article ou volume, article dans le volume), même page ou page tant (à préciser)	-
i.e.	Id est	C'est à dire	-	-
Illustr.	ill.	Illustration (s)	-	-
In		dans	-	-
infra		ci-dessous, ci-après	-	-
int.		introduction	-	-
invar.		Invariable	-	-

liv.		livre	-	-
loc.		locution	-	-
loc. cit	déjà cité	lieu cité (incluse e titre	une source déjà citée une fois auparavant au fil d'un même chapitre incluant à la fois le titre et la page	-
loc. laud.	Loco laudato	passage approuvé	-	-
n°, n ^{os}	-	numéro, numéros	-	-
N.B.	-	nota bene	-	-
N.D.A.	-	note de l'auteur	-	-
N.D.E.	-	note de l'éditeur	-	-
N.D.R.L.	-	note de la rédaction	-	-
N.D.T.	-	note du traducteur	-	-
op.cit.	déjà cité	œuvre citée	une source déjà citée une fois auparavant au fil d'un même chapitre	NOM DE L'AUTEUR, Prénom(s) ou Initiale(s), Op.cit.
op. laud.	opere laudato	ouvrage approuvé	-	-
ouvr.cité	-	ouvrage cité	-	-
p.	-	page (s)	-	-
p. cap.	-	petites capitales	-	-
p. ex.	-	par exemple	-	-
paragr.	-	paragraphe	-	-
part.	-	partie	-	-
P.-S.	-	post-scriptum	-	-
rel.	-	relié, reliure	-	-
r°	-	recto	-	-
s.d.	-	sans date	-	-
s.l.	-	Sans lieu	-	-
s.l.n.d.	-	sans lieu ni date	-	-
setc.	-	section	-	-
sq.	sequiturque	et suivant(s)	-	-



sqq.	sequunturque	et suivante (s)	-	-
subst.	-	substantif	-	-
suiv.	-	suivant (e)[s]	-	-
sup.	-	supérieur	-	-
suppl.	-	supplément	-	-
supra	-	ci-dessus	-	-
t.	-	tome	-	-
Trad.	-	traducteur	-	-
v°	-	verso	-	-
vol.	-	volume	-	-

