

MARKETING / COMMUNICATION

# MAÎTRISER LES TECHNIQUES RÉDACTIONNELLES

Pour des textes clairs et efficaces

Sébastien BAILLY



DUNOD

# MAÎTRISER LES TECHNIQUES RÉDACTIONNELLES

Pour des textes clairs et efficaces



MARKETING / COMMUNICATION

# MAÎTRISER LES TECHNIQUES RÉDACTIONNELLES

Pour des textes clairs et efficaces

Sébastien BAILLY

DUNOD

Le pictogramme qui figure ci-contre mérite une explication. Son objet est d'alerter le lecteur sur la menace que représente pour l'avenir de l'écrit, particulièrement dans le domaine de l'édition technique et universitaire, le développement massif du photocopillage.

Le Code de la propriété intellectuelle du 1<sup>er</sup> juillet 1992 interdit en effet expressément la photocopie à usage collectif sans autori-

sation des ayants droit. Or, cette pratique s'est généralisée dans les établissements

d'enseignement supérieur, provoquant une baisse brutale des achats de livres et de revues, au point que la possibilité même pour

les auteurs de créer des œuvres nouvelles et de les faire éditer correctement est aujourd'hui menacée.

Nous rappelons donc que toute reproduction, partielle ou totale, de la présente publication est interdite sans autorisation de l'auteur, de son éditeur ou du Centre français d'exploitation du

droit de copie (CFC, 20, rue des Grands-Augustins, 75006 Paris).



© Dunod, 2020

11 rue Paul Bert, 92240 Malakoff  
www.dunod.com

ISBN 978-2-10-081371-1

Le Code de la propriété intellectuelle n'autorisant, aux termes de l'article L. 122-5, 2° et 3° a), d'une part, que les « copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective » et, d'autre part, que les analyses et les courtes citations dans un but d'exemple et d'illustration, « toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause est illicite » (art. L. 122-4).

Cette représentation ou reproduction, par quelque procédé que ce soit, constituerait donc une contrefaçon sanctionnée par les articles L. 335-2 et suivants du Code de la propriété intellectuelle.

# Sommaire



<b>Remerciements</b>	1
<b>Introduction</b>	3
<b>Chapitre 1 ■ Connaitre son lecteur</b>	13
<b>Chapitre 2 ■ Les mots</b>	27
<b>Chapitre 3 ■ La phrase</b>	49
<b>Chapitre 4 ■ Le plan</b>	97
<b>Chapitre 5 ■ La titraillle</b>	133
<b>Chapitre 6 ■ L'écriture inclusive</b>	159
<b>Conclusion</b>	173
<b>Du même auteur</b>	177
<b>Index</b>	179
<b>Table des matières</b>	183

# Remerciements



À Mam, qui m'a d'abord encouragé dans la voie de l'écriture.

Pascale, Antoine, Florian, Jérémie, qui suivent mes élucubrations au quotidien.

À quelques-uns croisés ici et là et qui m'ont offert des opportunités, ouvert des voies, enrichi par leurs remarques sans qu'ils se rendent toujours compte de ce qu'ils m'ont apporté. C'est l'occasion de leur dire merci. Ils sont nombreux. J'en nommerai trois : Emmanuelle pour sa confiance puisque je lui dois l'animation de ma toute première formation aux techniques rédactionnelles, François Bon pour ses conseils sur l'écriture littéraire, Romain Saillet pour les échanges autour des stratégies éditoriales.

Ce livre ne serait pas ce qu'il est sans les milliers d'échanges avec des centaines de stagiaires et d'étudiants croisés ces vingt dernières années. Leurs trouvailles, leurs interrogations, leurs difficultés ont largement nourri ma pratique.

# Introduction



« La première ligne devrait inviter le lecteur à commencer l’histoire. Elle devrait dire “Écoute. Viens ici. Tu veux savoir ce qui se passe.” »

**Stephen King**

**T**out le monde saurait écrire. On en apprendrait les bases dès l’école primaire et, au prétexte que l’on arrive à aligner trois mots, on a un avis sur la question. Je pensais savoir écrire à la fin de mes études supérieures. J’ai été formé à la littérature, à l’université, je pouvais tenir une conversation sur le style de quelques auteurs, j’avais une vague idée de la manière dont ils s’y étaient pris pour inscrire leur nom dans l’histoire littéraire, je lisais de la poésie. Alors, vous pensez bien que je devais savoir écrire ! Il ne m’a pas fallu longtemps pour comprendre que ce n’était pas si simple. J’alignais des mots, je savais exprimer des idées, mais après ?

Écrire ? On n’a jamais autant écrit. On n’a jamais autant lu. Mais comprend-on ce qu’on lit ? Ce que l’on écrit est-il compréhensible par le lecteur qu’on vise ? Qu’est-on prêt à abandonner pour rendre son texte lisible, compréhensible ? La lisibilité et la clarté sont-elles les ennemis du style ?

La formation à l’écriture est très légère en France, pour ne pas dire inexistante. Dans le cadre des études initiales, l’écriture est pourtant un outil primordial, un outil d’évaluation, mais limité à la production de rédactions, de dissertations, de commentaires composés. Ce n’est pas l’écriture de la communication, alors même qu’Internet et les





réseaux sociaux font de l'écrit un canal privilégié de l'échange d'information dans la vie professionnelle comme dans la vie de tous les jours. La maîtrise du texte argumentatif, privilégiée par le milieu scolaire, ne suffit pas à communiquer efficacement par la suite.

Convaincre, faire passer un message, séduire même : tout cela demande une maîtrise de l'écrit qui n'est pas ou très peu enseignée. Ce sont pourtant des besoins fondamentaux pour tout professionnel aujourd'hui. Et pas seulement au sein des services communication ou pour les journalistes. Dans la plupart des métiers, on produit du texte. Un simple mail, un rapport, une note de service : ce sont chaque fois les mêmes techniques de base. Il ne suffit pas de maîtriser l'orthographe et la grammaire, pourtant indispensables. Comme il ne suffit pas à un musicien d'apprendre le solfège. Il faut expliquer, raconter pour faire passer le message que l'on veut que son interlocuteur retienne. Et tout cela s'apprend.

Ce livre s'appuie sur mon expérience de l'écriture et sur mon expérience d'enseignant, de formateur. J'ai publié vingt-cinq livres, dans des genres très différents, du manuel technique au roman. J'ai même écrit pour d'autres, me glissant dans leur rythme, leur vocabulaire, pour que leur livre leur appartienne totalement. Et c'est sans compter des milliers d'articles en tant que journaliste et du contenu pour les plus grandes marques. Mon propos s'appuie également sur des études scientifiques : la manière dont on lit, ce que l'on retient d'un texte, la manière dont fonctionne le cerveau, la compréhension, la mémoire. On fait de grands progrès dans ces domaines. Mais ils ne sont pas toujours pris en compte : sempiternelle séparation des savoirs entre littéraires et scientifiques !

L'idée d'un livre sur les techniques rédactionnelles s'est imposée parce que je n'avais pas de livre à conseiller à mes étudiants, pas de manuel à recommander lors des sessions de formation continue que j'anime. Le défaut flagrant des manuels qui existent : distinguer le bien du mal, le beau du laid. Ils sont fondés sur des distinctions binaires, entre ce qu'il faut dire et ce qu'il ne faut pas dire. C'est peut-être rassurant.

On écrit beau, on écrit bien : là n'est pas mon propos. Il ne s'agit pas d'esthétique, sauf si l'esthétique est au service d'un but.

Mais, en écrivant cela, je suis bien conscient qu'on est toujours victime de son temps. De la « façon » du moment : il y a nécessairement un parti pris, fut-il inconscient. J'aime, ou je n'aime pas, certaines choses, certaines tournures, certains rythmes. Et je sais bien qu'il en est de même pour celui qui me lit. Cela tient à ce qu'on a lu, déjà, à ce qui nous a ému, au rapport que l'on a à la langue. Pour autant, je cherche à m'en détacher pour une vision la plus objective possible de comment l'on écrit. La plus objective possible, c'est-à-dire avec encore un brin de subjectivité dont il me semble honnête d'admettre qu'on ne peut se défaire tout à fait.

Ce manuel d'écriture fournit les méthodes pour écrire des textes efficaces, dans la mesure où ils permettent au message de passer de l'émetteur à son destinataire. C'est la définition de l'efficacité. Du choix des mots à la structure du texte, en passant par celle des phrases, ce livre donne les clefs d'une écriture qui atteint ses objectifs.

Je voudrais dès ces premières pages dynamiter la notion d'inspiration : vous ne demandez pas à votre plombier d'être inspiré. Vous ne vous attendez pas à trouver un maçon au pied du mur en train d'attendre que « ça lui vienne ». Il en va de même pour l'écriture : c'est d'abord une question de technique. On branche un fil sur un autre, on attrape le bon tournevis dans la boîte à outils. Et on avance. À certains moments, on travaille mieux, plus facilement. Parfois on coince devant un problème inédit. Le plombier et le maçon aussi.

J'ai, pendant quelques années, eu un voisin horloger. Il réparait des montres, des pendules ; un horloger à l'ancienne, féru de mécanique de précision. Son atelier était une caverne d'Ali Baba pleine de trésors, de pièces détachées et d'outils incroyables. Nous prenions le café ensemble tous les matins. J'avais vraiment l'impression que nous faisons le même métier. J'aurais évidemment été incapable de réparer le moindre chronomètre, mais il s'agissait pour lui comme pour



moi de rouages, de ressorts et de précision. Bref, de la technique, de l'artisanat bien plus que de l'art.

Je voudrais que ce manuel permette aussi d'aller plus loin, de dynamiser son style, de l'enrichir, mais jamais au détriment du message. Bien au contraire : maîtriser son écriture, c'est mettre la structure de ses phrases, leur rythme, au service de son propos. C'est aussi construire ses textes efficacement pour que le lecteur en retienne l'essentiel.

Écrire clairement, pour être compris, avec un seul objectif : que le message passe. C'est ce qu'on appelle le langage clair. Tout a peut-être commencé le 9 août 1940, lorsque Winston Churchill rédige un mémo concernant l'écriture des rapports et leur efficacité. Son propos est limpide : il s'agit ni plus ni moins que gagner du temps en période de guerre :

*« Pour faire notre travail, nous devons tous lire une masse d'articles. Presque tous sont beaucoup trop longs. Cela fait perdre du temps, alors que l'énergie doit être dépensée pour rechercher les points essentiels. »*

Et il enchaîne par des conseils précis :

*« Je demande à mes collègues et à leur personnel de veiller à ce que leurs rapports soient plus courts.*

*i) L'objectif devrait être des rapports qui exposent les principaux points d'une série en paragraphes courts et nets.*

*(ii) Si un rapport s'appuie sur une analyse détaillée de certains facteurs complexes ou sur des statistiques, ceux-ci devraient être placés dans une annexe.*

*(iii) Souvent, l'objectif est mieux atteint en soumettant non pas un rapport complet, mais un "Aide-mémoire" composé uniquement de titres, qui peuvent être développés oralement si nécessaire.*

*(iv) Terminons des phrases comme celles-ci : "Il est également important de garder à l'esprit les considérations suivantes...", ou "Il faudrait envisager la possibilité de mettre en vigueur....". La plupart de ces phrases pompeuses ne sont que de simples rembourrages, qui peuvent être laissés de côté ou remplacés par un seul mot. Ne rechignons pas à utiliser une phrase courte, expressive, même si elle est plus proche du langage parlé. »*

En 1946, la guerre est gagnée et George Orwell enfonce le clou. Il publie *Politics and the English Language*. Au départ, ce constat qu'il fait à propos de la langue anglaise :

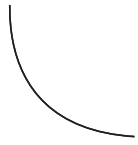
*« Elle devient laide et imprécise parce que notre pensée est stupide, mais ce relâchement constitue à son tour une puissante incitation à penser stupidement. Pourtant ce processus n'est pas irréversible. L'anglais moderne, et notamment l'anglais écrit, est truffé de tournures vicieuses qui se répandent par mimétisme et qui peuvent être évitées si l'on veut bien s'en donner la peine. Si l'on se débarrasse de ces mauvaises habitudes, on peut penser plus clairement, et penser clairement est un premier pas, indispensable, vers la régénération politique ; si bien que le combat contre le mauvais anglais n'est pas futile et ne concerne pas exclusivement les écrivains professionnels. »*

C'est encore une guerre à mener, et celle-ci est politique. Orwell dresse un « catalogue d'escroqueries et de perversions du sens des mots ». Pour lui :

*« Le principal ennemi du langage clair, c'est l'hypocrisie. Quand il y a un fossé entre les objectifs réels et les objectifs déclarés, on a presque instinctivement recours aux mots interminables et aux locutions rabâchées, à la manière d'une seiche qui projette son encre. »*

Mais, surtout, il donne quelques conseils d'écriture :

- « 1. N'utilisez jamais une métaphore, une comparaison ou toute autre figure de rhétorique que vous avez déjà lue à maintes reprises.*
- 2. N'utilisez jamais un mot long si un autre, plus court, peut faire l'affaire.*
- 3. S'il est possible de supprimer un mot, n'hésitez jamais à le faire.*
- 4. N'utilisez jamais le mode passif si vous pouvez utiliser le mode actif.*
- 5. N'utilisez jamais une expression étrangère, un terme scientifique ou spécialisé si vous pouvez leur trouver un équivalent dans la langue de tous les jours.*
- 6. Enfreignez les règles ci-dessus plutôt que de commettre d'évidents barbarismes. »*



Il précise pour finir son objectif :

*« Je n'ai pas considéré ici la langue dans son usage littéraire, mais seulement en tant qu'instrument permettant d'exprimer la pensée, et non de la dissimuler, encore moins de l'interdire. »*

Le langage clair a poursuivi sa route jusqu'à aujourd'hui. Son usage est particulièrement ancré aux États-Unis. Un site gouvernemental lui est consacré : <https://plainlanguage.gov/>

On y apprend notamment que le *Plain Writing Act* a été signé le 13 octobre 2010, par Barack Obama, treize ans après que le président Clinton a publié son propre mémorandum *Plain Writing in Government*. Le titre complet du document signé par Obama : « Loi visant à améliorer l'accès des citoyens aux informations et aux services gouvernementaux en établissant que les documents gouvernementaux délivrés au public doivent être rédigés clairement ». Une loi, sur la façon d'écrire.

C'est un acte symbolique fort, au plus haut niveau de l'État considéré comme le plus puissant du monde. Des guides de rédaction ont été mis en ligne. Chaque agence fédérale doit désigner une personne pour superviser la mise en œuvre de la loi, et les chefs d'agence doivent publier des rapports annuels sur la conformité des textes produits. Mais il n'y a pas de sanctions pour les agences qui continueraient de produire des documents indéchiffrables.

Pas de loi en France. Le site Web « Portail de la transformation de l'action publique » propose une page intitulée : « Un langage clair, ça simplifie la vie ! » à partir de laquelle il est possible de télécharger un guide de la rédaction administrative au format PDF. L'objectif est louable et on ne saurait que conseiller la lecture de ce guide. Y compris aux rédacteurs de la page qui y donne accès !

Je ne résiste pas à une déconstruction du deuxième paragraphe de cette page. Veuillez me pardonner cette digression, mais elle me semble utile et éclairante. Voici le paragraphe dans son intégralité :

*« Trop de courriers de l'administration, de formulaires et d'imprimés sont encore rédigés dans un langage technique et juridique inadapté voire*

*désuet avec le risque de créer des incompréhensions chez l'utilisateur, voire des malentendus et au final générer une perte de temps pour lui comme pour l'administration. »*

La chose appelle plusieurs remarques.

Ce paragraphe est constitué d'une seule phrase. Une phrase de 46 mots ! Autant dire qu'on est loin des canons de la lisibilité. Nous le verrons en détail plus tard, mais à moins d'une structure particulièrement fluide, une phrase devient difficilement compréhensible pour un lecteur moyen si elle dépasse 20 mots. Alors, 46 mots pour le deuxième paragraphe d'une seule phrase dans une page sur la simplification du langage administratif, c'est, comment dire...

La construction, ensuite ? Au cœur de la phrase, le pire du jargon technocratique. Pas un jargon qui touche le vocabulaire, non, mais du jargon grammatical. La phrase est au passif. Regardez qui est le sujet du verbe : « Trop de courriers de l'administration, de formulaires et d'imprimés ». Toutes ces choses sont rédigées. Mais on ne dira pas par qui. Pas question de désigner un coupable. Pas question de montrer une action. Non : dans l'administration, les choses se font. Toutes seules. Surtout lorsqu'elles sont mal faites.

Le pire est vu, mais ce n'est pas fini. Notez la présence de « voire ». Deux fois : « voire désuet », « voire des malentendus ». Là on est d'accord, du malentendu n'est pas à exclure. La répétition de la tournure n'est pas du meilleur effet. Et appartient-elle encore au langage courant ? voire au langage soutenu ?

Un peu de lourdeur dans ce monde de brutes ? « Le risque de créer des incompréhensions chez l'utilisateur, voire des malentendus et *au final générer* une perte de temps pour lui comme pour l'administration. » Afin d'augmenter la lisibilité du texte, on eut été bien inspiré d'écrire « et au final de générer ». La répétition du « de » comme panneau indicateur aurait permis de dire à quoi ce « générer » peut bien se rattacher, c'est-à-dire au risque (sauf s'il ne se rattache à rien, c'est une option). Pire, il y a 12 mots entre « usager » et « lui », cela limite la

chance que le lecteur comprenne que c'est lui l'utilisateur. De nombreux lecteurs, arrivés au douzième mot, auront oublié celui lu une douzaine de vocables plus tôt. À moins d'un retour du regard dans la phrase à la recherche de ce qu'on a déjà oublié, on est perdu. Et c'est ce qui gêne la lecture, hachée au lieu de fluide.

Une dernière petite chose. Le vocabulaire. Qui connaît « désuet » ? Le mot n'est pas loin d'être obsolète... C'est un joli mot, qui sent la dentelle (c'est très personnel, mais je le vois comme ça).

Une telle accumulation a quelque chose d'ironique, non ? De quoi voir George Orwell et Winston Churchill fulminer, à coup sûr ! Reste que l'administration française évolue. Pour preuve ? Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2019, la juridiction administrative applique les recommandations d'un *Vade-mecum sur la rédaction des décisions de la juridiction administrative* publié par le Conseil d'État. L'idée générale est de rendre les décisions intelligibles pour le justiciable comme pour l'ensemble des publics amenés à les lire.

*« Il y a une marque de fabrique des décisions de la juridiction administrative, qui met l'accent sur la rigueur et la clarté du raisonnement juridique, la retenue et l'élégance du propos, l'exactitude et la précision des termes employés.*

[...]

*Le rédacteur doit ainsi s'efforcer de veiller à la cohérence et à la clarté de la décision qu'il prépare, à la rigueur de son raisonnement juridique, à la précision de ses motifs de fait, à la qualité de son expression et la concision de son style, en adoptant toujours le ton mesuré, sobre et objectif qui caractérise les décisions de la juridiction administrative. »*

La tension entre l'intelligibilité des décisions par le justiciable et la rigueur juridique du propos est prise en compte. Et ce n'est pas la moindre difficulté de la rédaction des décisions.

Voir ici : <https://www.conseil-etat.fr/actualites/actualites/juridiction-administrative-nouveaux-modes-de-redaction-des-decisions>

Fin 2019, la Cour de cassation opère un tournant similaire et considère pour la rédaction de ses arrêts, devoir recourir au style direct. Forte de ce constat :

*Rendre une décision plus aisément intelligible, c'est aussi se placer du point de vue de son lecteur.*

Si le langage clair de l'administration et des juridictions doit tenir compte de la rigueur juridique, la prise de conscience se généralise. Et les entreprises sont de plus en plus nombreuses à s'assurer de la clarté du langage utilisé sur leurs canaux de communication. C'est une question d'efficacité, mais aussi d'accessibilité et d'inclusion.

Fin 2018, le cabinet d'études et de conseil Occurrence a mené une enquête pour l'agence de communication Avec des Mots auprès de 1059 Français âgés de 18 à 65 ans. Les résultats sont édifiants :

*« 41 % des Français sont régulièrement confrontés à des textes dont ils ne comprennent pas la signification. De fortes disparités existent selon le niveau d'études. 1 non diplômé sur 2 avoue ainsi ne pas saisir la signification de certains documents alors que cette proportion est de 1 sur 4 pour les Bac + 4/5. Si 4 Français sur 5 comprennent une phrase écrite en langage clair, seul 1/3 de la population comprend les énoncés les plus complexes. »*

Un enjeu de taille puisque :

*« 81 % des Français affirment avoir confiance en une entreprise ou une marque lorsqu'ils comprennent bien sa communication écrite. »*

Une enquête Labrador/BVA, réalisée en septembre 2019, met en avant les avantages du langage clair. L'étude a consisté à faire lire des textes écrits en langage clair, et d'autres non. Puis de comparer les résultats obtenus.

Arrive-t-on à lire un texte écrit en langage clair en moins de 30 secondes ? Oui, pour 60 % des participants à l'étude. Ils ne sont que 31 % à y parvenir pour un texte « standard » de même longueur. Mais il ne s'agit pas





seulement de vitesse. Les lecteurs sont 80 % plus nombreux à déclarer avoir compris un texte rédigé en langage clair. Et près des deux tiers des lecteurs estiment en avoir mémorisé les informations. La proportion est quasi inverse à la lecture des textes « standards » : 58 % estiment ne pas avoir retenu ce qu'ils ont lu. L'effort de rédaction vaut bien d'être tenté, non ?

Voici le type de textes sur lesquels l'étude a porté. La version standard d'abord, la version « traduite » en langage clair ensuite :

**AVANT :** « *Traduction de la volonté d'allouer prioritairement ses moyens à l'exploitation du plein potentiel des réseaux Banque Solidaire et Caisse d'Assurances, Transparency assurances a décidé, en 2013, de mettre en sommeil son activité d'assurance vie développée par l'intermédiaire de CGPI (conseillers en gestion de patrimoine indépendants) et banques privées, compte tenu de l'importance des investissements requis pour développer un segment de marché caractérisé par des marges unitaires faibles et l'importance des positions acquises par les acteurs historiques de ce segment.* »

**APRÈS :** « *Transparency Assurances a suspendu son activité d'assurance vie en 2013 pour privilégier le développement prometteur des réseaux Banque Solidaire et Caisse d'Assurances. Cette décision résulte d'une forte concurrence d'acteurs historiques et de marges unitaires faibles, le marché de l'assurance vie nécessitant d'importants investissements.* »

Le langage clair est lisible, compréhensible, inclusif, explicite, accessible. Les qualificatifs positifs ne manquent pas. Je ne le juge pas d'un point de vue esthétique, mais j'en mesure l'efficacité. Dans le cadre d'écrits professionnels, n'est-ce pas l'objectif que l'on doit rechercher ?

Pour autant, il ne s'agit pas ici de vous proposer *stricto sensu* un manuel d'écriture en langage clair. Nous nous éloignerons parfois de ses obligations, lorsque, pour des soucis d'efficacité, et en fonction du lectorat, il semblera justifié de faire des choix spécifiques.

En nous plongeant ensemble dans les techniques rédactionnelles, nous allons voir comment privilégier le message et mettre le style à son service autant qu'il est possible.

## Chapitre 1

# Connaître son lecteur



« Tout écrivain, pour écrire nettement,  
doit se mettre à la place de ses lecteurs. »

**Jean de La Bruyère**

### *Executive summary* |

- ▶▶ Pour qu'un texte soit efficace, il doit s'adresser à un lecteur ou une lectrice. Ce qui semble une condition de bon sens n'est cependant possible que si l'on sait à qui l'on parle. C'est une dimension essentielle, et pourtant souvent oubliée.
- ▶▶ Une fois définie la personne à qui vous écrivez, vous pouvez réfléchir à la meilleure façon de la toucher, en fonction de ce qu'elle est, et de ce qui l'intéresse.

Le principal écueil pour un texte est de n'être écrit pour personne. Ou d'être écrit pour tout le monde : c'est la même chose. Un texte efficace est écrit en pensant à son lecteur. Encore faut-il le connaître ou l'avoir défini.

C'est une technique de focalisation que les orateurs connaissent bien. Face à un petit groupe, le regard va de l'un à l'autre pendant qu'on parle ; face à une assistance plus large, celui qui parle choisit un visage connu, bienveillant, au milieu du public et le fixe : on s'adresse toujours à quelqu'un.

J'ai longtemps écrit pour la presse jeunesse. Mon lecteur, ma lectrice, avaient entre 8 et 14 ans. Cette tranche d'âge était déjà un élément de la connaissance que j'avais d'elle, de lui. Mais c'était insuffisant. On ne s'adresse pas à « des » enfants de cet âge. D'autant qu'on perd assez vite la notion de ce qui est compréhensible ou non par les plus jeunes, une fois arrivé à l'âge adulte. Alors je me suis choisi une cible, une personne que je connaissais, pile au milieu de ceux à qui je voulais m'adresser. Un pré-ado que je croisais régulièrement. Il avait alors 12 ans, bon élève. J'ai beaucoup écrit en pensant à lui.

Lorsque j'écris dans la presse quotidienne régionale, je pense à ma mère. Les articles sont écrits pour elle. C'est une lectrice type. Je suis parti d'elle et je l'ai un peu modifiée, arrangée, pour qu'elle corresponde exactement à ce que j'imagine être la personne qui va lire mon article. Elle ne le sait pas – je ne crois pas lui avoir jamais dit –, mais c'est elle qui m'aide à écrire des articles compréhensibles.

En s'adressant à quelqu'un, celui qui écrit s'affranchit pour une bonne part de l'angoisse de la page blanche. Dites ce que vous avez à dire. Quelle angoisse vous empêcherait de le faire si vous aviez la personne devant vous, là ? Alors allez-y : écrivez votre texte. Ensuite, ce n'est que de la technique.

## Les personas

Écrire pour une personne en particulier est une méthode qui fonctionne lorsqu'on écrit seul. Mais cette technique n'est pas partageable. Rédacteur en chef, je ne pouvais pas commander un article à un journaliste en lui demandant d'écrire pour qu'il plaise à ma mère. La plupart du temps, le journaliste ne connaissait pas ma mère.

Pour le travail en équipe, il faut adopter une autre méthode : les personas. Un persona est un archétype, un personnage fictif mais réaliste, qui représente un groupe de personnes dont les comportements, motivations et buts sont proches. Les personas sont utilisés en design, ergonomie, marketing, informatique, etc. Ils permettent de déterminer ce que le produit ou service doit faire et comment il devrait fonctionner. On peut avoir l'impression de s'éloigner de l'écriture et de se rapprocher de ce qu'on appelle l'expérience utilisateur. Ce sentiment est justifié : les textes soumis à la lecture font bien partie de l'expérience de l'utilisateur : cette expérience de lecture peut être plus ou moins agréable, et inciter à prolonger l'expérience avec la marque ou au contraire à l'abrèger.

La méthode des personas est relativement récente : elle a été décrite par Alan Cooper en 1999.

Alan Cooper propose d'organiser vos données selon cinq critères :

- Les activités : ce que fait l'utilisateur.
- Les attitudes : ce qu'il pense du domaine général dont vous parlez.
- Les aptitudes : quelle formation et quelle capacité d'apprentissage il détient.
- La motivation : ce qui l'a amené vers votre domaine.
- Les compétences : ses capacités par rapport au domaine et aux technologies.

J'ai notamment utilisé cette méthode pour accompagner un mensuel national français dans la refonte de son projet éditorial. J'ai posé une question simple aux journalistes de la rédaction réunis en séminaire de réflexion : pour qui écrivez-vous ?

Leur réponse était fondée sur une étude de lectorat. En interrogeant leurs lecteurs, ils avaient déterminé quatre profils types aux attentes et aux comportements différents. Une photographie structurée de la répartition de leurs lecteurs. C'est une base de départ : cette information était partagée par tous ceux qui participaient au projet éditorial. Mais s'ils savaient qui étaient leurs lecteurs, ils ne se servaient pas nécessairement de cette connaissance pour écrire. Et surtout, ils n'avaient aucune chance d'aller chercher de nouveaux lecteurs. En effet, en s'appuyant uniquement sur une étude de lectorat, on ne s'adresse qu'à ceux qui nous lisent déjà : impossible de s'appuyer sur cette stratégie pour conquérir de nouveaux lecteurs.

Une étude de lectorat est fondée sur une ou plusieurs enquêtes quantitatives ou qualitatives, qui permettent d'obtenir une photographie des lectrices et des lecteurs à un moment du projet éditorial. Il met en avant le ou les profils type, ce qui plait ou déplaît dans le projet et, le cas échéant, les attentes de l'audience.

À l'occasion d'un atelier, durant le séminaire sur leur projet éditorial, j'ai amené, dans un premier temps, les membres de la rédaction à créer quatre personas, un persona correspondant à l'un des quatre profils prédéterminés par l'étude.

Un persona est une personne fictive dont les caractéristiques sont suffisamment détaillées pour qu'on puisse en parler comme d'un personnage de roman ou de série télé. Nom, prénom, âge, photo, parcours professionnel, accompagnés d'un récit à la troisième personne permettant de comprendre les buts poursuivis et les comportements observés. On peut ajouter à ces éléments, des buts, voire des traits de personnalité (avare, inquiet, généreux, etc.). Il est également opportun de se poser la question des principaux problèmes que cette personne a à résoudre.

L'objectif est de créer assez de personas pour « couvrir » toute la surface du lectorat potentiel. Prenons un exemple : vous écrivez les fiches produits d'un site de vente de matériel et fourniture de jardinage. On vous confie la rédaction du descriptif d'un plan de tomates-cerises. Trois scénarios sont possibles.



Premièrement, vous n'avez pas de persona, vous ne savez pas à qui vous écrivez. Vous allez décrire techniquement le plan de tomates, dire quand il faut le planter, combien de fois l'arroser et quelle récolte espérer.

Deuxièmement, vous imaginez écrire pour votre mère ou votre frère. Vous allez penser à quelques arguments qui la ou le feraient craquer et acheter ce plan de tomates : la perspective d'apéros entre amis, par exemple.

Troisièmement, vous avez une liste de personas. Parmi eux, Michel 70 ans, jardinier amateur, disposant d'un petit jardin ouvrier, mais qui commence à avoir mal au dos, et Julie, 28 ans, urbaine, fière de son balcon, un peu branchée *Do it yourself*. Ce sont des descriptions moins précises que le seraient de vraies fiches persona, mais vous voyez déjà ce qu'il y aurait à en tirer : une description qui convienne à la fois à Julie et Michel, qui les convainque tous les deux :

*« Ces tomates cerises se développeront sans souci dans une jardinière à hauteur d'homme, idéale pour jardiner sans se baisser avant des apéritifs conviviaux bien mérités et diététiques. »*

À coup sûr un meilleur texte que ce que vous auriez obtenu sans persona, même s'il reste perfectible.

Revenons à notre séminaire de journalistes. Chaque persona créé a été attribué à un groupe qui a dû proposer des modifications sur un article pour l'adapter au persona. Et ce qui devait se produire s'est produit : les journalistes se sont aperçus que leurs articles manquaient d'âme. Penser au lecteur peut, en quelques modifications simples, apporter ce petit supplément de chair qui fait la différence. Le rédacteur d'un reportage sur les services de pompiers a modifié le titre et le début de son article : d'un coup, il s'adressait directement à Daniel, un des persona, et son texte gagnait en efficacité.


Quelques mois après le séminaire, le consultant avec lequel je le co-animais s'est rendu chez notre client. Il y a croisé des responsables du journal qui lui ont expliqué qu'ils avaient suivi nos conseils et avaient même poussé plus loin l'expérience en créant d'autres personas jusqu'à disposer de suffisamment de profils pour

représenter l'ensemble de leurs cibles : pas seulement leur lectorat existant, mais les lectrices et les lecteurs auxquels ils souhaitent s'adresser. Et cela avait réellement changé leur façon d'écrire, voire de choisir les sujets. Car pourquoi traiter un sujet si l'on est incapable de déterminer quel persona serait intéressé par l'article ?

C'est l'intérêt principal des personas par rapport à une enquête lecteurs. L'enquête donne une photographie de qui sont les lecteurs à un moment donné. L'élaboration des personas permet de déterminer une cible à laquelle on souhaite s'adresser. Je peux donc créer mes personas au moment de l'élaboration d'un projet éditorial avant d'avoir des lecteurs. Et si mon projet est déjà lancé, parfois depuis longtemps, construire une galerie de personas est l'occasion de redéfinir précisément ses cibles et, d'une certaine façon, de réinterroger l'ensemble du projet.

Enfin, les personas sont réalisés à un instant précis. Leur validité est limitée dans le temps. Il est opportun de s'interroger régulièrement sur sa galerie de personas, et ne pas hésiter à les remettre en question pour rester fidèle à la réalité.

### Modèle de Template de persona

	<p><b>Clélia</b></p>
<p><b>Âge</b> <b>Travail</b> <b>Situation familiale</b> <b>Domicile</b></p>	<p>25 ans Community manager En couple Rouen centre-ville</p>
<p><b>Biographie</b></p>	<p>Née à Rouen comme ses parents, Clélia est titulaire d'un master II en marketing. Elle a débuté sa carrière comme consultante junior dans une agence parisienne. Elle a souhaité quitter la capitale pour un mode de vie plus sain, et élever ses enfants dans un environnement agréable. Elle est revenue s'installer à Rouen où elle exerce en tant que community manager indépendante. Elle apprécie de pouvoir accéder à des produits locaux bios. Elle est sensible aux questions environnementales.</p>





<b>Motivations et attentes</b>	S'oriente vers une consommation plus responsable. Recherche des fournisseurs de produits de confiance. Veut mieux comprendre les enjeux des questions environnementales.
<b>Freins et réticentes</b>	À besoin que sa vie reste simple. Ne dispose pas de temps pour multiplier ses fournisseurs. À peur des arnaques, ne fait pas facilement confiance.
<b>Habitudes</b>	Clélia achète facilement sur Internet et s'informe sur son smartphone. Elle n'hésite pas à se faire livrer, mais aimerait que ce soit avec des modes de transports doux. Elle passe du temps à discuter avec ses amis et a confiance dans leur jugement.
<b>Personnalité</b>	Active, sociable, curieuse, positive.

## Contextualiser

Une connaissance fine de votre lectorat permet de répondre, même informellement, à la question de la contextualisation : qu'est-ce que votre lecteur sait déjà ? Qu'avez-vous besoin de lui expliquer ?

Si, dans un texte, j'écris TCAR, comprendrez-vous sans explication ? Certainement, si vous êtes rouennais : ce sont les Transports en Commun de l'Agglomération de Rouen. Toutefois, on les nomme aussi Réseau Astuce. Dans ce cas, suis-je bien sûr que mon lecteur rouennais comprend ? Encore plus s'il n'est pas venu à Rouen depuis longtemps. Et si mon lecteur n'est pas du coin, l'acronyme n'aura rien de clair. Rien ne m'interdit d'utiliser l'acronyme sans explication si je suis sûr que ma cible s'y retrouve : à chaque mot référence que j'utilise je fais le choix d'exclure une partie de mes lecteurs potentiels. En revanche, si je veux garder tous les lecteurs avec moi, j'explique. Mais au risque de lasser, et de perdre, ceux qui savent déjà... L'exercice sera d'autant moins périlleux que je connaîtrai précisément mes lecteurs. Est-ce la peine d'expliquer RATP ? SNCF ?

Il en va de même pour les références culturelles. Faut-il rappeler à vos lecteurs que Gustave Flaubert est l'auteur de *Madame Bovary* ?



Voire, faut-il leur rappeler l'histoire que Flaubert raconte dans ce roman ? Mais si vos lecteurs connaissent l'œuvre de l'auteur, il ne sera pas forcément utile de préciser dans quel roman on retrouve M<sup>me</sup> Arnoux, et quel rôle elle y joue...

Cette question du contexte est primordiale. Elle est assez simple lorsqu'on écrit pour un seul interlocuteur, qu'on connaît déjà, ou pour un groupe qui a quelques points en commun : les plombiers, par exemple. Cela se complique lorsqu'on parle aux habitants d'une ville. Et cela devient très complexe sur Internet, où la seule barrière semble être la langue – ce qui d'ailleurs est de moins en moins vrai avec la traduction automatisée.

En choisissant le contexte, en expliquant ou en n'expliquant pas une référence, un mot même, celui qui écrit sélectionne ses lecteurs, laissant sur le bord du chemin celles et ceux qui n'ont pas les clés de compréhension.

### *Ce qu'il faut retenir* |

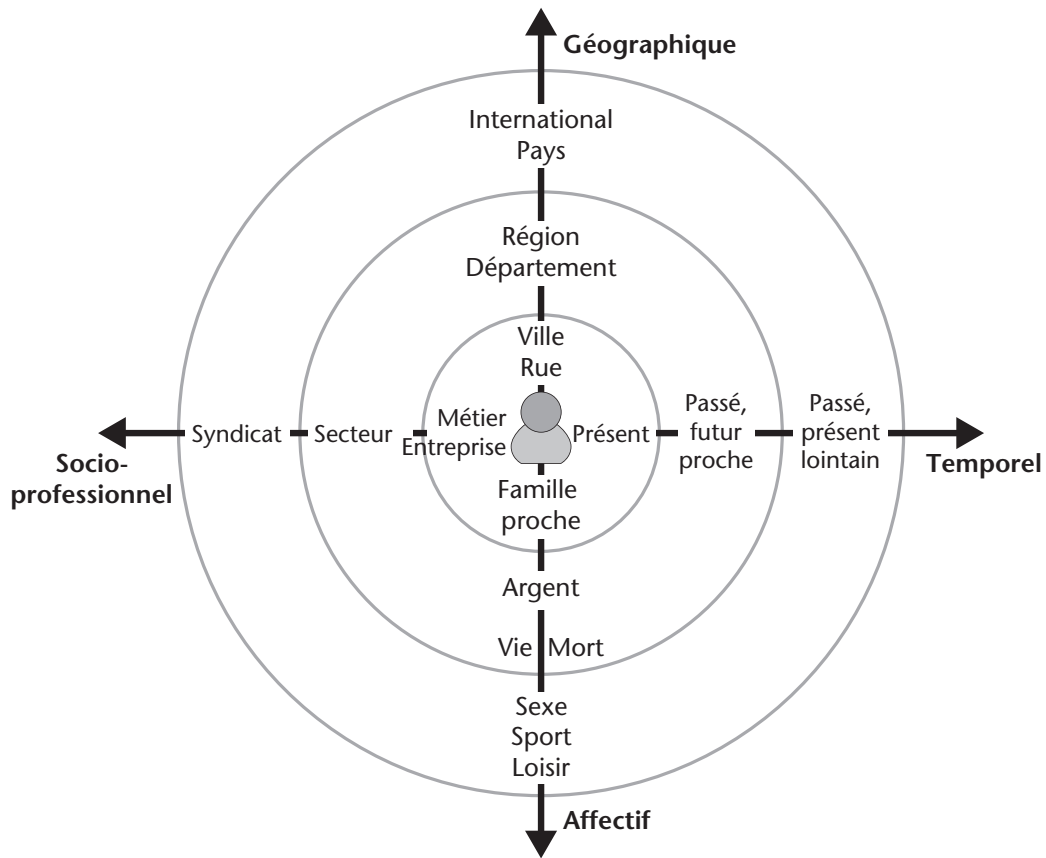
- ▶▶ Écrivez toujours à quelqu'un.
- ▶▶ Adressez-vous à quelqu'un que vous connaissez lorsque vous écrivez.
- ▶▶ En équipe, la technique des personas permet de réfléchir à la cible à travers des exemples fictifs mais concrets.
- ▶▶ Créez autant de personas que nécessaire pour couvrir l'ensemble de votre cible.

- ▶▶ Sur la fiche d'un persona, on trouve :
  - un prénom ;
  - une photo, afin de le faire exister physiquement et de mieux le visualiser ;
  - un métier ;
  - un âge ;
  - un récit permettant de comprendre les buts poursuivis et les comportements observés ;
  - les besoins auxquels il faut répondre pour satisfaire le persona.
- ▶▶ Contextualiser votre texte en fonction de vos lecteurs.

## Loi de proximité

Une fois que l'on sait à qui on s'adresse, les lois de proximité permettent de déterminer de quoi parler. Quel sujet intéressera ma cible ? Ou, lorsqu'un sujet s'impose : par quel biais le traiter pour qu'il soit jugé intéressant ? Les lois de proximité sont connues dans la presse sous le nom « la loi du mort au kilomètre » : un mort à un kilomètre de chez le lecteur a droit à autant de place dans le journal que 10 000 morts à 10 000 kilomètres de chez lui.

C'est une illustration un peu brutale des lois de proximité mais qui permet d'en comprendre le principe général. On détermine la proximité selon quatre axes : géographique, temporel, affectif, socio-professionnel.



### ***L'axe géographique***

Je me sens plus concerné par ce qui se passe devant chez moi qu'à l'autre bout du monde. Ainsi, un nid de poule à la sortie de ma place de parking m'intéresse plus qu'un tremblement de terre sur un autre continent. C'est un axe fort, auquel chacun est soumis. Mon intérêt pour un fait lointain géographiquement augmentera si un autre axe de proximité est en jeu.

### ***L'axe chronologique***

Le présent m'intéresse plus que le futur ou le passé lointain. J'accorde donc logiquement plus d'intérêt à la météo de l'après-midi qu'aux conséquences du réchauffement climatique dans 50 ans. Il est d'ailleurs plus facile de m'intéresser au réchauffement climatique en cas de vague de chaleur estivale. Même si ce n'est pas rationnel, je suis



plus facilement touché par la question parce qu'il fait chaud et que je transpire.

### ***L'axe affectif***

Il peut différer fortement en fonction des personnes, il convient de bien connaître sa cible. Mais l'on accorde plus d'importance au sort des enfants ou à la mort, comme on en accorde au sexe ou à ses hobbies. L'axe affectif joue sur ce que j'aime, ce que je n'aime pas. Je peux aimer le foot, le macramé. Il est probable que j'aime mes parents, mes enfants. Il est assez classique d'aimer l'argent. L'axe affectif, c'est vraiment toutes les phrases qui commencent par : « Ma lectrice aime... », « Mon lecteur aime... ». Cela ouvre de nombreux horizons. Et la marge d'erreur est plus importante que sur les deux axes précédents.

### ***L'axe socio-professionnel***

Mon métier, mon entreprise, mon secteur d'activité, l'économie mondiale... Et plutôt dans cet ordre-là que dans un autre. L'évolution du point d'indice dans la fonction publique intéresse assez peu les salariés du privé. Mes conditions de travail me concernent beaucoup plus que celles d'un boulanger. Sauf si je suis boulanger ou fils de boulanger...

Bien entendu les quatre axes se combinent : et si un enfant vient d'être assassiné au coin de ma rue par un de mes collègues, j'aurais du mal à ne pas m'y intéresser. Tandis que mon attention sera moins disponible pour la disparition de la faune de la forêt amazonienne et ses conséquences sur l'avenir de la vie sur Terre d'ici cent ans.

Mieux l'on connaît sa cible et plus on est attentif au fait que l'on écrit pour elle, plus les arguments que l'on utilisera porteront, car on ne se trompera pas dans l'application des lois de proximité.

Et si l'on veut s'intéresser à quelque chose de lointain ? On ira chercher dans le sujet ce qui est le plus proche du lecteur pour l'amener à s'intéresser à ce qui ne le touche pas *a priori*. C'est ce qui

explique que les personnes qui s'intéressent assez peu au football suivent tout de même la Coupe du monde, *a fortiori* si leur équipe nationale s'approche de la finale, et encore plus si la compétition a lieu dans leur pays.

*A priori*, vous n'êtes pas boulanger et vous n'avez pas de boulanger dans vos relations proches. Si c'est le cas, remplacez le mot boulanger par le mot agent d'assurance ou par le mot greffier dans la proposition suivante.

Si j'écris un texte sur les conditions de travail des boulangers, vous ne vous sentirez pas concerné, vous ne lirez sans doute pas l'article. Sauf si j'applique la loi de proximité : qu'est-ce qui vous intéresse ? La qualité du pain que vous achetez, sans doute (ou la vitesse de traitement de votre dossier d'assurance). Et si je commençais par vous alerter : vous ne mangerez bientôt plus de bon pain. Hein ? Quoi ? Comment ? Qu'est-ce qui se passe ? Vous voilà intéressé ! Et tout cela à cause de la dégradation des conditions de travail des boulangers.

Nous reviendrons sur l'application concrète des lois de proximité lorsque nous aborderons le plan en pyramide inversée.

### *Ce qu'il faut retenir* |

- ▶▶ On touche une audience en lui parlant d'abord de ce qui l'intéresse.
- ▶▶ C'est en lui parlant de ce qui la touche qu'on l'amène à s'intéresser à des choses plus lointaines.

## Le dialogue

Le texte, aussi, est un dialogue : s'il s'adresse à quelqu'un, il est écrit par quelqu'un. Cela peut être la personne qui signe l'article, ou encore la marque ou l'institution qui en est l'émettrice. On doit

donc s'interroger sur la manière de s'adresser au lecteur. Une question large à laquelle on ne peut répondre qu'en sachant précisément qui parle à qui.

Tout projet éditorial devrait reposer sur une charte éditoriale. La charte définit la manière dont on écrit, en fonction du projet et du lecteur à qui on s'adresse. Les personas peuvent d'ailleurs se trouver en annexe de la charte éditoriale. C'est la charte qui définit le ton à utiliser : « Eh, poupée, tu le kiffes mon texte ? » ne sera par exemple pas adapté à toutes les situations.

Ton, niveau de langue, type de phrase, type de vocabulaire, mots interdits : autant d'éléments qui apparaissent dans la charte éditoriale. Ce document permet de donner une unité aux textes produits par différents rédacteurs dans une publication donnée. On pourra y reprendre les grands principes exposés dans les chapitres suivants.

Savoir qui parle, à qui et comment est d'autant plus important à l'heure des réseaux sociaux. Le texte a en effet pour fonction d'être son propre vecteur de propagation : il doit inciter au partage, provoquer la réaction. Le texte doit être engageant. Toute prise de parole est alors considérée comme l'amorce d'un dialogue. C'est à cette condition qu'il trouvera de nouveaux lecteurs. Le texte doit s'autopropulser.

C'est une distinction forte entre le Web et l'imprimé : certains textes dans le support imprimé sont « portés » par d'autres, ceux que l'on retrouve à la Une d'un magazine, par exemple. Sur le Web, chaque texte est son propre ambassadeur.

Un texte efficace est un texte partagé sur les réseaux, que l'on se donne à lire. Chaque lecteur est potentiellement un ambassadeur qui fera lire d'autres lecteurs. Le texte n'a jamais été aussi social.

C'est évident lorsqu'il s'agit d'écrire les phrases d'accroche qui accompagnent nos propres partages sur les réseaux sociaux : comment l'on choisit de présenter le texte, l'élément que l'on sélectionne pour le mettre en avant, comment l'on se veut incitatif, persuasif, intéressant. Et cela ne fonctionne que dans la mesure où l'on s'adresse à quelqu'un.

## ***En savoir plus sur la charte éditoriale***

Les chartes éditoriales se révèlent très différentes d'un projet à un autre, d'une structure à une autre. On retrouve dans les chartes tout ou partie des grandes rubriques suivantes :

- La ligne éditoriale : le type de sujets, les modes de traitement, le point de vue général : de quoi on parle, de quoi on ne parle pas. Le ligne éditoriale fixe les objectifs de la publication.
- La cible : à qui s'adresse-t-on ?
- Le guide de style : règles d'écriture pour l'ensemble des éléments rédactionnels, le ton (du sérieux académique à l'humour trash), le niveau d'expertise.
- Le processus de production : du choix des sujets au bon à tirer donné à l'imprimeur, qui décide quoi, qui rédige quoi, qui est responsable, qui coordonne.

S'ajoutent éventuellement à ces grandes parties, des règles liées au référencement et aux réseaux sociaux, pour les projets Web.

Les techniques rédactionnelles dont nous parlons ici ont directement à voir avec le guide de style, qui lui-même dépend de la ligne éditoriale et des cibles visées.

## ***Ce qu'il faut retenir*** |

- ▶▶ Tout texte est un dialogue entre un émetteur et un récepteur.
- ▶▶ Les règles de ce dialogue peuvent être fixées dans une charte éditoriale.
- ▶▶ La charte éditoriale définit les objectifs de l'action de communication, le style utilisé, la méthode de travail retenue.

## Chapitre 2

# Les mots



« La littérature n'a rien à voir avec la richesse du vocabulaire, sinon le plus grand des chefs-d'œuvre serait le dictionnaire. »

**Paul Léautaud**

### *Executive Summary* |

- ▶▶ Le mot est la brique de base à partir de laquelle on écrit. La façon dont vous les choisissez aura une influence capitale sur la perception de vos textes et sur l'intelligibilité de vos messages. Le choix des mots est donc important, et il se trouve que de nombreux scientifiques ont travaillé sur le sujet, notamment sur l'ampleur du vocabulaire maîtrisé, et sur la variété des mots disponibles. De quoi alimenter votre réflexion.
- ▶▶ Les professionnels de la rédaction, dans l'administration ou le journalisme, réfléchissent parfois depuis longtemps aux mots qu'ils utilisent. Leurs réflexions et leurs usages sont riches d'enseignement sur ce qu'il faut, et ce qu'il ne faut pas faire si l'on souhaite une écriture efficace.



Quels mots utiliser pour écrire efficacement ? Forcément, des mots que le lecteur connaît : n'attendez pas le moindre effort de sa part. Le mot inconnu provoque l'incompréhension ou fait fuir le lecteur. Si l'on ne peut pas éviter d'utiliser un mot inconnu, il faudra l'expliquer.

Se pose donc la question : quels sont les mots que connaît mon lecteur ? Et, une fois la réponse à cette question obtenue, si elle existe, reste à savoir lesquels de ces mots vous pouvez utiliser. Lesquels sont les plus efficaces, et desquels il convient de vous méfier. Nous avons tous nos petits travers, nos habitudes, nos facilités. Certains mots viennent plus facilement que d'autres, sans qu'on y pense.

## Le vocabulaire moyen

Le vocabulaire moyen maîtrisé est assez difficile à estimer. On se heurte à ce qu'est la définition d'un mot (le verbe à l'infinitif ou toutes ses formes conjuguées ?), aux synonymies, aux homonymies, à ce que « connaître » un mot veut dire : l'avoir déjà vu, être capable d'en donner une définition précise ? Il faudrait distinguer le nombre de mots qu'une personne est à même d'employer et le nombre de mots qu'elle est capable de comprendre.

En 2007, le linguiste Alain Bentolila a rendu un rapport au ministre de l'Éducation nationale (*Rapport de mission sur l'acquisition du vocabulaire à l'école élémentaire*, mars 2017). Pour lui, le vocabulaire se rétrécit. On estime que 55 % des Français maîtrisent entre 5 000 et 6 000 mots, mais, pour lui, 10 % ne s'exprimeraient qu'avec 400 à 500 mots. Les inégalités apparaîtraient dès le plus jeune âge. 20 % des élèves maîtriseraient 1 200 mots à leur entrée en CP, mais ils seraient autant à y faire leurs premiers pas avec 200 à 250 mots de vocabulaire seulement. Or, il faudrait maîtriser un vocabulaire de 2 500 à 3 000 mots pour s'en sortir dans les situations de la vie courante, les relations avec l'administration, etc.

Attention, si cette information a quelque chose de spectaculaire et qu'elle est souvent reprise, elle ne repose sur rien de concret. 10 % des Français maîtrisent moins de 500 mots ? En 2005, Alain Bentolila a même avancé dans une interview au *Monde* que certains jeunes, des « jeunes des cités », vivraient avec moins de 400 mots (« Vivre avec 400 mots », par Frédéric Potet, *Le Monde*, 18 mars 2005). Totalement impossible pour les autrices de *Le Français est à nous ! Petit manuel d'émancipation linguistique*, Maria Candea et Laélia Véron (Éditions La Découverte, 2019), qui rappellent qu'un enfant de deux ans maîtrise déjà 400 mots. Comment imaginer un seul instant que ces « jeunes des cités » vivraient avec un vocabulaire inférieur à celui d'un enfant de deux ans ?

Selon les études plus optimistes d'Alain Lieury (*Mémoire et réussite scolaire*, Dunod, 2012), le vocabulaire moyen en fin de primaire serait de 9 000 mots, et de 26 000 mots en fin de troisième. L'adulte cultivé posséderait un vocabulaire de plusieurs dizaines de milliers de mots.

Par comparaison, le *Trésor de la Langue Française* contient 100 000 mots. *Le Petit Larousse*, pas loin de 62 000 mots. La richesse de la langue et sa capacité à exprimer les nuances sont évidentes, mais si l'on souhaite être compris par le plus grand nombre, il conviendra de réduire la palette des mots employés. D'autant que le vocabulaire technique ajoute de la complexité, et ne cesse de s'étendre... Le vocabulaire spécialisé des sciences est en constant développement : le *Dictionnaire de la chimie* de Duval, loin d'être exhaustif puisqu'on distingue plus de 100 000 matières colorantes, comptait déjà 26 400 entrées en 1935, et plus de 70 000 en 1977.

Mais n'allez pas croire que restreindre son vocabulaire revient forcément à niveler la forme du discours. Jean Racine emploie moins de 1 300 mots différents pour écrire sa pièce *Andromaque*. La justesse du mot bien choisi l'emporte sur la profusion des termes rares.

L'étude des textes littéraires nous apprend d'ailleurs quels mots sont utilisés par les auteurs au fil des siècles. Des chercheurs se sont penchés sur 1 000 textes publiés aux XIX<sup>e</sup> et XX<sup>e</sup> siècles dans une étude

statistique publiée en 1971. Une lecture riche d'enseignement sur la fréquence d'utilisation des mots dans la langue française (*Dictionnaire des fréquences : vocabulaire littéraire des XIX<sup>e</sup> et XX<sup>e</sup> siècles* / Directeur du Laboratoire et de la publication, Paul Imbs, CNRS 1971).

On apprend ainsi que les mots les plus utilisés sont courts et fonctionnels : de, la. Les moins utilisés sont inconnus de la plupart des gens, et plus longs : aaisant, zymase. Les écrivains ont tendance à privilégier le vocabulaire courant.

François Richaudeau (1920-2012) a longuement travaillé sur l'écriture et la lecture. Il a mené des études fondatrices sur la lisibilité et l'écriture efficace en français. Son livre *Écrire avec efficacité* publié chez Albin Michel en 1992 est aujourd'hui épuisé. Je m'en inspire ici à de nombreuses reprises.

François Richaudeau y compare l'usage de couples de mots synonymes dans les textes des XIX<sup>e</sup> et XX<sup>e</sup> siècles. Son étude sur des couples de mots synonymes est édifiante. « Dire » (4 lettres) y est utilisé 259 179 fois alors que les huit lettres du verbe « exprimer » n'apparaissent que 8 644 fois. « Voir » (4 lettres) est riche de 149 662 occurrences. « Regarder » (8 lettres) apparaît 41 742 fois. Les mots les plus courts sont les plus utilisés. Plus rapides à écrire, ils sont aussi plus vite lus, plus efficaces, donc.

Dans le même esprit, mais à la fin des années 1930, George Kingsley Zipf avait embauché des étudiants pour établir la liste des mots utilisés par James Joyce dans *Ulysse*. Pour chaque mot, ils devaient noter le nombre de fois où il apparaissait dans le texte afin d'établir un classement par ordre de fréquence. Les mots les plus utilisés sont les plus usuels, des mots outils, nécessairement courts : le, un, à, en... Les mots utilisés une seule fois sont les mots les plus rares, voire les plus incongrus. Zipf met alors en évidence que la fréquence d'usage d'un mot est inversement proportionnelle à son rang dans le classement.

Concrètement, le mot le plus populaire est deux fois plus utilisé que le deuxième, trois fois plus que le troisième, etc. Cette loi se vérifierait dans toutes les langues, dans tous les textes et chez tous les écrivains.

Pour Zipf, la répartition des mots dans *Ulysse* est la suivante :

- le mot le plus courant revenait 8 000 fois ;
- le dixième mot 800 fois ;
- le centième, 80 fois ;
- et le millième, 8 fois.

Pour Zipf, c'est là une application de la « loi du moindre effort » (*Human Behavior and the Principle of Least Effort*, Martino Fine Books, 2012) : l'auteur serait un feignant qui se repose sur les multiples sens d'un mot pour se faire comprendre. Il fait confiance à son audience pour « faire le tri », et déterminer dans les sens possibles le plus adéquat en fonction du contexte. Un choix propre à solliciter l'imagination du destinataire du message alors que celui qui lit aurait intérêt à un vocabulaire précis, sans ambiguïté et donc diversifié. La précision du vocabulaire assurerait un moindre risque d'interprétation, et donc d'incompréhension. La tension entre la flemme de l'un et le désir de précision de l'autre expliquerait bien des problèmes de communication.

Curieusement, la loi de Zipf s'observe dans bien d'autres domaines que les textes, comme la répartition de la taille des villes (deux fois plus de villes deux fois plus petites que la ville la plus grande, et ainsi de suite). Il s'agirait en fait d'une loi statistique plus générale sur la répartition des fréquences des éléments dans un ensemble donné. Ceux qui écrivent n'y échapperaient pas, comme s'il y avait une fatalité dans la façon dont on choisit les mots que l'on utilise. Mais il n'y a aucune raison de ne pas se battre contre la fatalité, n'est-ce pas ?

Ces études demandaient à l'époque des trésors de patience, les ordinateurs d'aujourd'hui sont bien plus rapides à les mener. Zipf démontre deux choses grâce à ses étudiants : les mots les moins utilisés sont les plus longs et ceux dont la structure phonétique est la plus complexe.

Le linguiste italien Giulio Lepschy conclut lui, en 1968, que les mots les plus utilisés sont les plus courts, les plus anciens, les plus simples, et ceux qui recouvrent le sens le plus large.

Des études plus récentes, sur des corpus plus modernes, montrent l'intérêt du vocabulaire le plus simple pour toucher un large public. Les chercheurs Varun Jewalikar et Nash Vail ont analysé les paroles des chansons de 99 artistes parmi les plus vendus dans le monde, dans une étude réalisée pour le site spécialisé MusixMatch ([http://lab.musixmatch.com/largest\\_vocabulary/](http://lab.musixmatch.com/largest_vocabulary/)), grâce à la base de données du site, qui recense plus de 7 millions de chansons en 38 langues. Les 100 chansons comprenant le plus de mots de chaque artiste ont été prises en compte.

Le grand vainqueur est Eminem, avec 8 818 mots différents alors que la moyenne est de 2 677 mots. En deuxième position, Jay-Z (6 899 mots). Enfin, le rappeur Tupac Shakur, assassiné en 1996, (6 569 mots). Kanye West est quatrième (5 069 mots), suivi par le chanteur folk et prix Nobel de littérature Bob Dylan (4 883 mots), puis les Black Eyed Peas (4 539 mots). Les artistes qui ont réalisé les plus grosses ventes d'albums ne s'illustrent pas : les Beatles (76<sup>e</sup>, 1 872 mots), Elvis Presley (38<sup>e</sup>, 2 531 mots) ou Michael Jackson (42<sup>e</sup>, 2 503 mots). Parmi les plus mauvais, le sirupeux Barry White (88<sup>e</sup>, 1 731 mots), The Police (73<sup>e</sup>, 1 885 mots), Nirvana (83<sup>e</sup>, 1 835 mots), ACDC (87<sup>e</sup>, 1 788 mots) ou les Spice Girls (91<sup>e</sup>, 1 497 mots). Il y a plus de mots différents dans 100 chansons des Spice Girls que dans l'*Andromaque* de Racine, donc.

En guise d'exemple, voici la traduction des deux premières strophes de la chanson *Wannabe* des Spice Girls, ce qui confirme que ce n'est pourtant pas du Racine :

*Yo, je vais te dire ce que je veux, ce que je veux vraiment, vraiment.*

*Alors dis-moi ce tu veux, ce que tu veux vraiment, vraiment.*

*Je te dirai ce que je veux, ce que je veux vraiment, vraiment.*

*Alors dis-moi ce que tu veux, ce que tu veux vraiment, vraiment.*

*Je veux, je veux, je veux, je veux, je veux vraiment.*

*Vraiment, vraiment, je veux du zig-a-zig, ha.*

La pauvreté du vocabulaire des chansons fait régulièrement couler de l'encre, comme si elle était le reflet du vocabulaire de ceux qui

les écoutent. Dans une tribune du magazine américain *Time* adressée à la chanteuse Rihanna en 2012, la rédaction du service musique s'inquiétait : la chanson *Diamonds* ne contient que 67 mots et *Where Have You Been* 40 mots.

### *Ce qu'il faut retenir* |

- ▶▶ Le vocabulaire moyen maîtrisé par un lecteur est compliqué à déterminer.
- ▶▶ Le vocabulaire moyen en fin de primaire serait de 9 000 mots, et de 26 000 mots en fin de troisième.
- ▶▶ Les mots courts et simples sont beaucoup plus utilisés que les mots longs.
- ▶▶ On a tendance à utiliser toujours les mêmes mots plutôt que de varier son vocabulaire.

## Quels mots utiliser ?

Pour autant, l'écriture efficace, professionnelle, celle des articles, des comptes rendus, des courriers, n'est pas celle de la littérature, ni de la chanson. Elle vise l'efficacité et ne saurait se satisfaire d'approximations. Elle doit s'adapter au lecteur et à son propre niveau de vocabulaire. À partir des études disponibles, on donnera quelques recommandations de ce qu'il faut faire et ne pas faire.

### *L'échelle Dubois Buyse*

Disposer d'une liste du vocabulaire courant normalement compris par l'ensemble des lecteurs serait évidemment intéressant. Si une telle liste n'existe pas sous cette forme, on peut néanmoins s'appuyer sur des travaux pédagogiques. Ainsi, l'échelle Dubois Buyse regroupe

4 000 mots qui devraient être connus par tous les élèves français de 6 à 16 ans, durant leur scolarité. Ces mots sont répartis selon 42 échelons, de la sixième à la seconde. La liste sert à la constitution d'exercices de français accessibles à chaque niveau. Voici quelques mots que tout un chacun devrait donc être à même de définir : bosselé, hermine ou paletot. Trois mots choisis à l'échelon 28, et donc de niveau cinquième. Le dernier niveau, en seconde, contient seulement deux mots, pas simples à orthographier : bâiller et dahlia.

On trouve facilement sur Internet la liste des mots de l'échelle Dubois Buyse. Elle peut servir de référence pour identifier le niveau d'un texte par rapport au niveau scolaire supposé de son lectorat. Il vous semblera peut-être à la lecture que certains mots sont « évidemment connus », d'autres pas : toute liste est forcément discutable si on la compare à son expérience individuelle.

### ***Le français fondamental***

*Le français fondamental* est une liste de mots et d'indications grammaticales élaborée au début des années 1950 en vue de l'enseignement du français aux étrangers et aux populations de l'Union française alors que la France souhaitait améliorer la diffusion de sa langue dans le monde. Une série d'enquêtes menées dans les années 1950 et 1960 montre qu'un nombre restreint de mots est employé de façon usuelle, à l'oral et à l'écrit et en toutes circonstances. Il apparaît également qu'un nombre limité de règles grammaticales est nécessaire au fonctionnement courant de la langue.

Le français fondamental est constitué d'un premier lexique, limité à moins de 1 500 mots, complété d'un deuxième lexique de quelque 1 700 mots. Les listes définitives ont été établies par une commission de pédagogues et de grammairiens, après examen des résultats du dépouillement de diverses enquêtes. Les deux degrés du français fondamental constituent une base pour l'apprentissage de la langue usuelle, aussi bien dans le cadre du français langue étrangère que du français langue maternelle.

Si le français fondamental a eu une vraie influence, notamment sur l'enseignement du français langue étrangère, il a été rejeté dans les années 1970. Il marque cependant une démarche visant à établir un « corpus de base » correspondant aux capacités minimales d'une personne lisant et parlant le français.

Un autre outil possible pour déterminer les mots connus est le fichier Gougenheim. Il présente pour 8 774 mots leur fréquence et pour les mots de fréquence supérieure à 20 leur répartition (nombre de textes dans lesquels ils apparaissent). Le corpus sur lequel s'appuie le fichier, est un corpus de langue orale basé sur un ensemble d'entretiens avec 275 personnes. C'est donc non seulement un corpus de langue orale mais aussi de langue produite, dans le sens où les personnes interrogées avaient une conversation courante, ce qui n'est pas forcément le cas dans des corpus radiophoniques ou télévisuels. Le corpus original comprend 163 textes et 312 135 mots. Cette base est tirée du livre *L'élaboration du français fondamental* écrit par G. Gougenheim, P. Rivenc, R. Michéa et A. Sauvageot. On la trouve facilement sur Internet.

Une autre base en ligne permet d'accéder aux statistiques d'utilisation des mots dans la littérature : [lexique.org](http://lexique.org). Il faut cependant distinguer cette base de celles qui correspondent à l'usage général puisqu'elle est constituée d'œuvres d'écrivains, et ne reflète donc pas nécessairement les usages des lecteurs.

À titre d'exemple, afin de se rendre compte des possibilités d'expression avec un vocabulaire restreint, il est possible d'écouter chaque jour « Le journal en français facile » de Radio France International. Lors de son lancement en 2001, il était présenté comme un journal « de 10 minutes, réalisé avec 300 mots pour être compris par le plus grand nombre, avec volontairement des redondances afin d'apprendre la langue en même temps que l'actualité ».

### ***Le lexique administratif***

En 2002, l'État français a diffusé pour la première fois le lexique des termes administratifs. Ce document, mis à jour, est disponible au



téléchargement. Le lexique repose sur l'analyse du langage administratif observé dans plusieurs milliers de courriers et de formulaires provenant de différentes administrations. Il contient 4 000 mots ou expressions de différents types :

- Des mots et expressions techniques tels que : assignation, recours gracieux, séquestre, qui relèvent de différentes branches du droit (administratif, civil, fiscal, social, etc.) et dont le sens précis n'est connu que des spécialistes.
- Des mots et des expressions rares tels que : nonobstant, arguer du fait que, faire fond sur, qui appartiennent à un registre très soutenu, mal maîtrisé par beaucoup d'utilisateurs.
- Des expressions composées de mots assez courants mais dont l'emploi peut mettre l'interlocuteur mal à l'aise ou le troubler, tels que : délai de rigueur, se trouver dans l'impossibilité de, s'il advenait que, sous le timbre de.

Qui sait, par exemple, que les aboutissants sont les terrains qui touchent une propriété sur ses petits côtés ? Et que ce sont eux qu'on retrouve dans l'expression, imagée, « les tenants et les aboutissants » ?

Pour chaque mot ou expression, le lexique propose des équivalences du langage courant afin de simplifier la langue utilisée, et de rendre les textes produits par l'administration plus accessibles aux administrés.

L'introduction du lexique rappelle deux principes majeurs qui devraient être pris en compte dans les productions rédactionnelles de l'administration :

- Tout d'abord : « Ses suggestions ne seront valables et utiles que dans la mesure où vous les adapterez à vos besoins et à ceux de vos destinataires. Car en tant qu'agent rédacteur, vous êtes la personne la mieux placée pour rédiger une lettre à un usager : vous connaissez la situation juridique ou administrative à traiter, vous avez des informations sur votre interlocuteur et vous construisez un véritable rapport avec lui. » C'est à celui qui rédige de s'adapter à celui qui lit.
- Ensuite : « Une lecture rapide de l'ensemble des articles vous permettra de voir que des mots et des expressions qui vous sont très

familiers et que vous utilisez spontanément peuvent être difficiles à comprendre ou perturbants pour certaines personnes. » Il est toujours difficile de prendre conscience des difficultés de lecture ou de compréhension de ses interlocuteurs, et d'autant plus que chacun baigne dans un milieu culturel conforme à ses propres capacités et habitudes.

### ***Le mot journalistique***

Les journalistes ont pour mission d'écrire pour le plus grand nombre. C'est en tout cas ce qu'on commence généralement par leur apprendre dans les écoles de journalistes. Il existe ainsi un « style journalistique », et cette manière d'écrire implique l'usage de mots courts, simples, concrets. Ces choix reposent sur l'observation et l'expérience acquise dans les titres de presse.

Les mots courts ont de nombreux avantages : plus vite écrits, plus vite lus. Ils sont plus accessibles aux lecteurs les moins à l'aise. En outre, ils sont généralement mieux connus. Ce qui était au départ intuitif a été confirmé par des études scientifiques. Les mots de 3 à 6 lettres sont plus faciles à lire que les mots de 5 à 8 lettres. Et, au-delà de 8 lettres, un mot devient potentiellement difficile à lire.

Ces données sont cependant à prendre avec prudence. Il a été mis en évidence qu'elles dépendent d'autres facteurs : le nombre de phonèmes et de syllabes, mais aussi le nombre de mots voisins orthographiquement ou la fréquence du mot. Un voisin orthographique est un mot qui diffère du mot cible par une lettre seulement (page et pige, par exemple). Un mot court, connu, au nombre de phonèmes restreints et qui aura peu de ressemblance orthographique avec d'autres mots sera d'autant plus facile à lire (New *et al.*, 2006).

Les études de psychologie cognitive consacrées à la lecture sont nombreuses. Le livre *Psychologie cognitive de la lecture* de Ludovic Ferrand et Pauline Ayora (éditions De Boeck, 2015) en rappelle quelques-unes qui corroborent ou affinent les choix de mots que l'on peut faire dans un texte.

Il est ainsi prouvé que l'on reconnaît plus facilement un mot que l'on rencontre fréquemment dans la langue écrite qu'un mot que l'on rencontre moins. C'est l'effet de fréquence. Un mot nouveau sera difficile à lire, mais si on le lit fréquemment, la lecture sera de plus en plus facile.

L'effet de familiarité, lui, repose sur l'expérience personnelle du lecteur. Les mots acquis tôt dans la vie sont plus vite reconnus que les mots acquis plus tardivement. C'est sans doute lié à la fréquence cumulée : plus le lecteur a été mis tôt en présence d'un mot, plus il aura lu ce mot, et plus il le reconnaîtra facilement.

Les mots les plus courts sont généralement les plus concrets. Et plus ce qu'on écrit est concret, plus cela parle au lecteur. Un *trou* plutôt qu'une *anfractuosité*, un *nuage* plutôt qu'un *strato-cumulus*, la *mémoire* plutôt que l'*empan mnésique* (mais, ça, on en reparlera). Le journaliste donne à voir : son style est en prise avec le réel.

Les mots concrets décrivent des réalités qui peuvent être expérimentées par les sens (on peut toucher une table, pas une idée). Des chercheurs ont démontré en 1988 que les mots concrets sont plus vite lus que les mots abstraits, ce qui étaye ce qui était jusque-là une simple intuition.

La simplicité permet au message de mieux passer : on préférera éviter les périphrases emberlificotées. Ainsi, on écrira plutôt « bleu » que « de la couleur d'un ciel d'été ». Ce choix permet également de gagner en densité. Nous reviendrons sur ce sujet.

Pour autant, on ne cèdera pas à la facilité des verbes creux, du vocabulaire passe-partout. Le verbe *faire* a ainsi, dans le *Littré*, 82 sens répertoriés : de « Donner l'être ou la forme. Dieu a fait l'homme à son image. Dieu a fait le monde en six jours » à « Être, arriver. Comment se fait-il que vous ne soyez pas venu ? Il s'est fait des fentes dans cette muraille. Il se fit un grand silence. Il s'est fait des choses qu'on ne sait pas ». C'est beaucoup. Faire, être, avoir, dire, voir sont des verbes faibles, des verbes fourre-tout. S'ils sont lisibles, ils manquent aussi de précision et appauvrissent le style de

celui qui les utilise sans modération. On peut souvent s'en passer, sans nécessairement avoir recours à des solutions incongrues.

*Les imprimeurs sont au sous-sol.*

Quelle pauvreté !

*Les imprimeurs travaillent au sous-sol.*

*Les imprimeurs se saoulent au sous-sol.*

Autre exemple.

*Pauline fait à manger.*

Quelle pauvreté, à nouveau !

*Pauline prépare un cassoulet.*

*Pauline ouvre une boîte.*

Et d'un coup, le lecteur en sait plus, sans aller chercher dans le vocabulaire des mots abscons ou obsolètes qui le mettent en difficulté. On gagne en précision, et donc en efficacité, sans risquer de perdre le lecteur au passage.

## *Ce qu'il faut retenir* |

- ▶▶ Il existe des listes de mots pour juger de l'adaptation d'un texte à un niveau d'études donné.
- ▶▶ C'est à celui qui écrit de s'adapter à celui qui lit.
- ▶▶ Les mots courts, connus et concrets, sont plus faciles à lire.
- ▶▶ On peut éviter les verbes faibles, aux sens multiples, au profit d'un vocabulaire plus précis, mais courant.

## Ce dont il faut se méfier

### *Jargon*

Le jargon, c'est le vocabulaire propre à un métier. Celui qui permet aux pairs de parler, avec précision, de ce qu'ils ont en commun. On ne l'utilisera que dans ce cadre-là : ce sont généralement des mots inconnus des lecteurs non-spécialistes. Chacun jargonne dès qu'il connaît un sujet, et la quantité de jargon acceptable dépend de l'audience, de ce que l'émetteur du message et son récepteur partagent. Plus l'on s'adresse aux non-spécialistes, plus le jargon doit être chassé. Et, attention : chacun est spécialiste de quelque chose. C'est un enjeu central de l'écriture.

### *Sigles*

Le sigle est, souvent, une particularité du jargon. On y applique donc la même attention. Qui sait ce qu'un sigle veut dire ? Dois-je expliquer ce qu'est la SNCF ? Non, si je m'adresse à des Français ; oui, certainement, si mon public est francophone, mais habite à l'autre bout du monde. Le mieux est d'éviter alors le sigle et de parler, par exemple, de la Société nationale des chemins de fer... Le sigle développé, au moins, est clair (pour cette fois).

### *Impropriétés*

La faute d'orthographe ou de syntaxe est à bannir. Elle freine la lecture de celui ou celle qui la repère, et elle peut entraîner une incompréhension, voire un contresens. La moindre des choses est donc de respecter la grammaire. Étant donné ses subtilités, ce n'est pas toujours simple. Mais primordial.

Attention également à employer les mots comme il convient, et non l'un pour l'autre. La maîtrise du vocabulaire c'est, d'abord, la maîtrise du sens. Dans la liste des pièges :

- Les homonymes qui se prononcent ou s'écrivent de la même façon mais dont l'orthographe n'est pas la même et qui ont des sens différents, comme *sensé* et *censé*.

- Les homophones grammaticaux qui se prononcent de la même façon mais qui s'écrivent différemment et n'ont pas la même nature grammaticale, comme *ou* et *où*.
- Les paronymes qui se ressemblent sans être de vrais homonymes. Ils ne se prononcent/ne s'écrivent pas exactement de la même façon mais sont tellement proches qu'on peut tout de même facilement les confondre, comme *inclinaison* et *inclination*.

## **Répétitions**

En psychologie cognitive de la lecture, l'effet de répétition est particulièrement robuste : un mot sera d'autant plus facilement reconnu qu'il a été précédemment soumis au lecteur. Un mot rare, un mot nouveau que l'on souhaite soumettre à la lecture, seront d'autant plus acquis qu'on les répète, dans le même texte ou au fil de textes différents. Et la lecture sera d'autant plus rapide qu'on a déjà lu le mot précédemment.

L'effet de répétition va à l'encontre de ce que beaucoup considèrent comme « bien écrire ». Dès l'école primaire, on apprend à chasser la répétition. Et, dans un texte, le maire est ensuite appelé par son nom, puis devient le premier magistrat, le premier édile, l'élu, le représentant du peuple : on tourne autour du pot au lieu de simplement répéter : le maire, et son nom, autant de fois que nécessaire.

Le fonctionnement d'Internet, et des moteurs de recherche en particulier, incite également à la répétition si l'on souhaite que les textes soient correctement référencés : on n'hésite pas à répéter un mot-clé important dans une page Web. Les moteurs de recherche font cependant des progrès constants, et l'on sait aujourd'hui que pour un référencement optimal sur un sujet donné il convient de couvrir de la manière la plus exhaustive possible le champ sémantique relatif à ce sujet. Le champ sémantique, c'est l'ensemble du vocabulaire associé à un thème donné.

## Ce qu'il faut retenir |

►► Il convient d'éviter :

- le jargon technique compris des seuls spécialistes (à moins de n'écrire qu'aux spécialistes) ;
- les sigles (à moins qu'ils soient universellement connus) ;
- les impropriétés, car elles gênent la compréhension ;
- la répétition, sauf à vouloir insister sur un mot ou améliorer le référencement d'un texte sur le Web.

## La collocation

Si l'on parle des mots, il faut aussi parler des relations entre les mots. Bien avant de constituer des phrases, les mots sont déjà plus ou moins proches les uns des autres. On ne les combine pas si librement qu'on croit. À un mot succède parfois naturellement un autre. Prenons un exemple : le verbe manger. Si l'on souhaite exprimer que quelqu'un mange beaucoup et vite, on aura le choix entre plusieurs expressions : « manger goulument », « manger comme un ogre »... On appelle ce type d'expressions des collocations. Elles ont un caractère figé et nous viennent naturellement.

Sans réfléchir, vous associez spontanément un adjectif aux mots que vous employez : un cheval... fourbu, une main... de fer (dans un gant de velours), un chèque... sans provision. Ces habitudes sont tellement ancrées qu'elles constituent un ressort des jeux de mots, de l'humour, lorsque l'auteur vous surprend par une association inattendue. Par exemple, cette blague repérée sur Internet :

*« Il fait un froid de quinoa. C'est comme un froid de canard, mais vegan. »*

Certaines de ces associations sont à fuir : ce sont les clichés. Un cliché, c'est une image tellement utilisée qu'elle n'offre plus aucun caractère d'originalité. Pire, elle constitue une sorte de marqueur de

l'absence de style, par ce qu'elle a de galvaudé. Le cliché marque une absence de réflexion, une facilité. Et ce sont toujours les mêmes qui reviennent. En numéro un, la « cerise sur le gâteau ».

L'idée de classer les clichés revient au journaliste Yann Guégan. Il a programmé un petit robot qui a analysé des milliers d'articles de presse agrégés par Google Actualités, d'août 2009 à juillet 2010, dont la mission était de partir à la recherche d'une vingtaine d'expressions. Il les a relevées dans plus de 6 000 articles. L'expression « cerise sur le gâteau » a été écrite 1 019 fois, loin devant « le vent en poupe » (697 fois) et « grincer des dents » (974 fois). Et il y avait des spécialistes du genre : le quotidien *La Dépêche*, avec 364 fois « cerises sur le gâteau », emporte la course devant *La Voix du Nord* (211 cerises). Et c'est ainsi dans tous les journaux : 190 fois dans *Ouest France* et 151 fois dans *Sud Ouest*, par exemple. Pas étonnant que certains jouent avec cette cerise sur le gâteau. J'ai croisé récemment une « mirabelle sur le pudding ». Et cela fonctionne avec n'importe quel nom de fruit et de gâteau : « c'est la framboise sur le cake au citron », « c'est la pastèque sur le fraisier ». Même l'auteur de best-sellers Michel Bussi s'en amuse, et sans révéler quoi que ce soit de son roman *Au Soleil redouté*, on y croise un « litchi sur le flan de coco ».

Du travail de Yann Guégan ressort un classement des clichés, avec leur nombre d'occurrences sur une année :

la cerise sur le gâteau	1019
le vent en poupe	697
grincer des dents	674
la cour des grands	511
un pavé dans la mare	419
la croisée des chemins	380
caracoler en tête	373
l'ironie de l'histoire	362
revoir sa copie	326
attendu au tournant	305



L'ironie de l'histoire, c'est que si la cerise sur le gâteau a le vent en poupe et joue dans la cour des grands jusqu'à caracoler en tête, elle est à la croisée des chemins : il suffirait d'un pavé dans la mare pour lui faire grincer des dents ; elle est attendue au tournant, et devra revoir sa copie.

Les autres clichés décomptés en 2010 étaient : ne connaît pas la crise, la balle est dans le camp, botte en touche, la partie émergée de l'iceberg, renverser la vapeur, les quatre coins de l'Hexagone, à qui profite le crime, s'enfoncer dans la crise, le risque zéro n'existe pas, une affaire à suivre, ces images ont fait le tour monde.

En 2020, Yann Guégan a mis en ligne sur son site Web un « chasseur de clichés » qui scanne les articles de presse au quotidien : <https://dansmonlabo.com/apps/dml-cliches/>. La cerise sur le gâteau n'y occupe plus systématiquement la première place. Rien que le 24 mai 2020, le chasseur a repéré 2 038 « affaires à suivre », 1 375 « monter au créneau » et 1 252 « tirer son épingle du jeu ».

Pour autant, la collocation n'est pas à confondre avec le cliché. Si le cliché est à éviter, la collocation fait partie de la langue, de son usage : elle permet de faire du texte un lieu familier, dans lequel le lecteur trouve ses repères. Les collocations font partie des éléments complexes à prendre en compte pour un locuteur étranger qui apprend le français. En effet, les mots ont un sens particulier parce qu'ils sont ensemble. Ils s'appuient l'un sur l'autre, font couple, et leur sens n'est souvent pas le même que s'ils étaient séparés. Ils sont plus que leur simple addition. Un froid de canard, un célibataire endurci : ces associations quasi automatiques font en quelque sorte partie du vocabulaire commun.

La maîtrise des collocations est un signe tangible de la maîtrise de la langue. Inversement, un usage approximatif de la collocation signale une faiblesse. Dans les textes produits par des étudiants, ces usages approximatifs sont courants. Un exemple :

*Je regarde par la fenêtre pleuvoir les cordes.*

On peut déterminer statistiquement, dans un ensemble donné de textes, quel mot a le plus de probabilités de suivre un mot déjà énoncé. C'est sur ce principe que se basent les assistants d'écriture présents dans des systèmes de plus en plus nombreux, de votre traitement de texte à votre smartphone, sous le prétexte de vous rendre service et de vous faire gagner du temps. Lorsque vous tapez un premier mot, le système vous en propose un autre qui pourrait le suivre. Si le système s'appuie sur vos propres textes, il obtient très rapidement des résultats impressionnants : la plupart d'entre nous sommes prévisibles, et utilisons spontanément des structures et des suites de mots régulières. Un jeu peut consister à toujours écrire un autre mot que celui que le système propose, jusqu'à obtenir un texte le plus éloigné possible de ce qu'on a déjà écrit.

Les étudiants soumis à l'usage des logiciels anti-plagiat connaissent bien ce genre de défi. Il s'agit pour eux de s'assurer que ce qu'ils écrivent soit correct sans prendre le risque de phrases qui ressemblent trop à celles de leurs camarades. Choisir les mots qui ne viendraient pas à l'esprit est une solution. Une autre consistera à aller puiser dans les différentes structures de phrases pour trouver sa propre voix (voir chapitre suivant).

### *Ce qu'il faut retenir* |

- ▶▶ Il faut éviter les clichés, les images toutes faites qui montrent une absence de style sans faire la chasse aux collocations, ces associations naturelles de mots qui constituent le terreau commun de la langue. La distinction est subtile.

## Petit exercice de créativité stylistique

S'il est un travers partagé par ceux qui écrivent, c'est de toujours retomber dans les mêmes schémas de phrase, le même vocabulaire, la même façon de dire les choses, le même rythme. C'est humain, et le plus souvent inconscient. Ces routines nuisent à la créativité, empêchent d'innover. On fait, encore et encore, la même chose. Comment s'en sortir ?

Si je veux dire qu'un chat boit du lait, j'écrirai :

*Le chat boit du lait.*

Ce n'est pas idiot. C'est clair. Mais ce n'est pas créatif. La question que l'on se pose aujourd'hui est : comment dire la même chose autrement. Et il existe un exercice pour ça. Le principe est simple, on réécrit la phrase en s'interdisant de réutiliser un seul mot présent dans la phrase initiale. Cela peut donner, mais ce n'est pas la seule solution :

*Ce petit félin lape un produit lacté.*

C'est différent. Ne portez pas de jugement sur les phrases produites, c'est au fil de l'exercice que vous allez découvrir comment cela enrichit votre style, jusqu'à trouver la façon d'écrire qui vous siéra, et des idées que vous n'auriez pas eues autrement.

### ***Quelques remarques***

Les permutations d'articles ne sont pas si nombreuses : le/la/un/une/ce... On a un choix limité, ne nous interdisons pas de répéter ces éléments si cela simplifie la vie, mais tenter de ne pas le faire est une contrainte créative intéressante.

Les types de permutations sont en nombre restreint.

#### ■ Le synonyme

On cherche les synonymes de boire, de chat, de lait, et on échange les mots. C'est simple. Mais des synonymes de lait, cherchez un peu, il n'y en a pas bézef...

### ■ La périphrase

Vous remplacez un mot par sa définition, ou une expression plus longue mais équivalente. Le chat est un « félin domestique », par exemple. Le lait « le produit de la traite de la vache », boire, c'est « avaler un liquide ».

*L'animal domestique de la famille du lion avale le liquide produit par la traite de la vache.*

### ■ La métonymie

La métonymie est une figure de style qui consiste à désigner le tout par la partie. Le chat sera « la moustache », par exemple. Le lait sera « le blanc ».

*La moustache déguste le blanc.*

Pas très clair, mais créatif ! Et si vous visualisez un moustachu le nez dans son verre de Bourgogne aligoté, c'est que vous avez fait un grand pas sur le chemin de la créativité. Pas de métonymie pour les verbes, hélas.

### ■ La métaphore

La métaphore est une figure de style qui consiste à désigner une chose par une autre qui lui ressemble ou partage avec elle une qualité essentielle. Ainsi, le lait est comme la vie (c'est une comparaison). On peut utiliser le mot lait comme métaphore de la vie (et inversement). Le chat est peut-être la métaphore d'autre chose, un danseur qui fait des entrechats, celui qu'on finit par appeler le chat parce qu'il avance comme un chat ? Tiens, et si ma phrase n'était pas plutôt :

*Le danseur s'abreuve de la vie.*

On est bien loin de la phrase de départ. Mais c'est cela la créativité : ces méthodes qui permettent de trouver ce qu'on ne cherchait pas.

Évidemment en mêlant périphrase, métaphore, métonymie, synonymie, les possibilités créatives sont infinies. Vous trouverez

combien d'autres façons de parler de ce chat et de son bol de lait ? Cinq ? Dix ? Cinquante ? Plus vous irez loin, plus le résultat vous épatera.

## Les mots qui engagent

Un des enjeux du texte moderne est l'engagement. Le contenu est produit avec un objectif précis, qui n'est plus simplement de faire passer le message, mais de pousser le lecteur à agir, à réagir. Actions et réactions prennent des formes diverses : le lecteur clique sur un cœur ou un pouce levé. Il commente le contenu proposé sur un site Web ; mieux, il le partage pour que d'autres le lisent, le partagent à leur tour, etc.

Les actions et les réactions ont une particularité : elles sont mesurables. Ces mesures sont un indice du succès d'un texte. On pourra dire qu'il a, ou non, atteint ses objectifs, selon qu'un pourcentage donné de ses lecteurs y aura réagi, d'une façon ou d'une autre.

Certains mots engagent plus que d'autres. C'est la mesure des résultats obtenus qui le dit. Il n'est cependant pas possible d'en établir une liste dans l'absolu. Pourtant, dans un contexte de communication donné, une page sur un réseau social, par exemple, on s'aperçoit rapidement que certains mots vont provoquer plus de réactions que d'autres.

Pour garder la trace de ces mots qui engagent, un site Internet comme Business Insider a mis au point, un temps, une méthode efficace : le mur de mots. À chaque fois qu'un mot semblait provoquer plus de réaction de la part des internautes, les journalistes le notaient sur un post-it qu'ils collaient auprès d'autres déjà là, sur un mur. C'est le mur de mots. Un mur sur lequel il n'y a plus qu'à piocher pour rédiger des phrases qui feront réagir les internautes.

## Chapitre 3

# La phrase

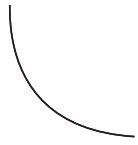


« J'aime les phrases nettes et qui se tiennent droites, debout tout en courant, ce qui est presque une impossibilité. »

**Gustave Flaubert**

### *Executive summary* |

- ▶▶ Un texte est constitué de phrases. L'objectif est de trouver une simplicité, une densité, une fluidité et un rythme qui se mettent au service du propos. Les questions sont nombreuses à résoudre, de la phrase la plus simple à la construction rythmique la plus évoluée.
- ▶▶ Quelle structure grammaticale ? Quelle longueur maximale pour la phrase ? Mais commençons par remettre à plat la notion de style. L'objectif n'est pas d'étourdir le lecteur par l'esthétique. Mieux : plus l'écriture se fera oublier, plus le message sera accessible. La technique rédactionnelle n'est jamais mieux utilisée que lorsque le lecteur ne la voit pas.



En formation à l'écriture, j'insiste toujours sur une idée concernant la construction des phrases : la fluidité. Parce qu'en situation d'écrit professionnel, quand l'objectif est de faire passer un message, on ne demande pas d'effort à son lecteur quand on peut l'éviter. Pas le moindre effort.

Certains craignent qu'on appauvrisse le style. En fait, il s'agit surtout d'atteindre ce qu'en bande dessinée on appellerait la « ligne claire ». Le trait simple et l'aplatissement de couleur garantissent la lisibilité. C'est ainsi que dessinait Hergé.

Un exemple avec cette phrase proposée par une stagiaire lors d'un exercice :

*La Foire Internationale de Nice vous invite, du 5 au 15 mars,  
au Palais des Sports à fêter son 72<sup>e</sup> anniversaire.*

Rien de fautif dans cette phrase, mais un manque de fluidité manifeste. Elle est comme prise de hoquets. La stagiaire avoue d'ailleurs « avoir ajouté des informations dans la phrase au fur et à mesure qu'elles lui apparaissaient ». Ce sont ces ajouts, ici ou là, qui nuisent à son optimisation. Les différents éléments de sens n'arrivent pas dans l'ordre auquel s'attend le lecteur.

Le complément d'objet direct doit suivre au plus près du verbe, et les compléments circonstanciels se répartir autour du cœur de la phrase qui est toujours : sujet – verbe – complément d'objet direct – complément d'objet indirect. Bête comme chou, mais efficace.

Ainsi pensée, la phrase prend une allure bien différente :

*La Foire Internationale de Nice vous invite à fêter son 72<sup>e</sup> anniversaire  
au Palais des Sports, du 5 au 15 mars.*

Rien de surprenant dans ce résultat qui est d'autant plus réussi qu'il paraît comme allant de soi au lecteur. Mais il est important de s'y tenir. Les sollicitations sont nombreuses et constantes. Impossible d'espérer un effort de la part du lecteur : son temps est compté, et il y a tant de choses à lire ailleurs.

Très souvent, arrivé à ce moment de ma démonstration, on me rétorque qu'un tel choix ne peut rien donner de bon : que des textes normés, d'une banalité affligeante. Ne craignez pas un appauvrissement du style : la lisibilité n'empêche pas la créativité.

On prête à Georges Clemenceau (1841-1929), journaliste et homme politique, ce conseil qui se répète de génération en génération dans la profession. Il était alors patron du journal *L'Aurore*, et ne reculait pas devant une certaine brusquerie pour faire passer ses idées :

*« Les journalistes ne doivent pas oublier qu'une phrase se compose d'un sujet, d'un verbe et d'un complément. Ceux qui voudront user d'un adjectif passeront me voir dans mon bureau. Ceux qui emploieront un adverbe seront foutus à la porte. »*

Tout cela n'est pas sans rappeler la leçon d'écriture du Maître de philosophie à M. Jourdain, le *Bourgeois-gentilhomme* de Molière. Souvenez-vous :

*MAÎTRE DE PHILOSOPHIE : Mettre que les feux de ses yeux réduisent votre cœur en cendres ; que vous souffrez nuit et jour pour elle les violences d'un...*

*MONSIEUR JOURDAIN : Non, non, non, je ne veux point tout cela ; je ne veux que ce que je vous ai dit : « Belle Marquise, vos beaux yeux me font mourir d'amour ».*

*MAÎTRE DE PHILOSOPHIE : Il faut bien étendre un peu la chose.*

*MONSIEUR JOURDAIN : Non, vous dis-je, je ne veux que ces seules paroles-là dans le billet ; mais tournées à la mode ; bien arrangées comme il faut. Je vous prie de me dire un peu, pour voir, les diverses manières dont on les peut mettre.*

*MAÎTRE DE PHILOSOPHIE : On les peut mettre premièrement comme vous avez dit : « Belle Marquise, vos beaux yeux me font mourir d'amour ».*

*Ou bien : « D'amour mourir me font, belle Marquise, vos beaux yeux ».*

*Ou bien : « Vos yeux beaux d'amour me font, belle Marquise, mourir ».*

*Ou bien : « Mourir vos beaux yeux, belle Marquise, d'amour me font ».*

*Ou bien : « Me font vos yeux beaux mourir, belle Marquise, d'amour ».*



*MONSIEUR JOURDAIN : Mais de toutes ces façons-là, laquelle est la meilleure ?*

*MAÎTRE DE PHILOSOPHIE : Celle que vous avez dite : « Belle Marquise, vos beaux yeux me font mourir d'amour ».*

*MONSIEUR JOURDAIN : Cependant je n'ai point étudié, et j'ai fait cela tout du premier coup. Je vous remercie de tout mon cœur, et vous prie de venir demain de bonne heure.*

*MAÎTRE DE PHILOSOPHIE : Je n'y manquerai pas. (Il sort)*

*Le Bourgeois gentilhomme, Molière, 1670.*

De toutes les façons d'agencer une phrase, depuis les Classiques, la plus simple est la plus efficace. Pardon... Depuis les Classiques, la plus simple de toutes les façons d'agencer une phrase est la plus efficace. Voilà : n'écrivez jamais sans vous souvenir qu'une belle marquise vous lira peut-être.

## L'écriture blanche

Si l'écriture est un problème de style, réfléchissons donc à ce qu'est le style. Et posons un premier principe : s'il peut y avoir style, il doit exister une absence de style. D'autres y ont déjà pensé. Ce « non style » a un nom : c'est l'écriture blanche.

L'écriture blanche, c'est le style d'Albert Camus, dans *L'Étranger* (Gallimard, 1942). Jugez plutôt :

*« Ma chambre donne sur la rue principale du faubourg. L'après-midi était beau. Cependant, le pavé était gras, les gens rares et pressés encore. C'étaient d'abord des familles allant en promenade, deux petits garçons en costume marin, la culotte au-dessous du genou, un peu empêtrés dans leurs vêtements raides, et une petite fille avec un gros nœud rose et des souliers noirs vernis. Derrière eux, une mère énorme, en robe de soie marron, et le père, un petit homme assez frêle que je connais de vue. Il avait un canotier, un nœud papillon et une canne à la main. »*

Ce style est à première vue d'une banalité extrême. « L'après-midi était beau » : cette phrase est la plus plate qui soit. Une absence totale de style. « Un style de l'absence qui est presque une absence de style », dit précisément Roland Barthes dans *Le degré zéro de l'écriture* (Seuil, 1953). C'est d'ailleurs Roland Barthes qui a instauré l'expression « écriture blanche » dans son essai pour désigner un minimalisme stylistique caractéristique de la littérature de l'après-guerre. Il l'observe chez plusieurs auteurs qui s'imposent dans les années 1950, mais c'est la lecture de *L'Étranger* qui déclenche sa réflexion.

Il faut entendre « l'écriture blanche » comme on parlerait de « voix blanche », c'est-à-dire sans intonation, dans une sorte d'absence énonciative. Barthes la définit comme une écriture « plate », « atonale », « transparente », une « absence idéale de style ».

Sartre, dans son *Explication de L'Étranger* (in *Situations I*, Gallimard, 1947), définit ainsi le style d'Albert Camus :

« On disait de Renard qu'il finirait par écrire : "La poule pond". M. Camus et beaucoup d'auteurs contemporains écriraient : "Il y a la poule et elle pond". C'est ainsi qu'ils aiment les choses pour elles-mêmes, ils ne veulent pas les diluer dans le flux de la durée. »

« Chaque phrase est un présent. [...] une phrase de *L'Étranger*, c'est une île. Et nous cascadons de phrase en phrase, de néant en néant. C'est pour accentuer la solitude de chaque unité phrastique que M. Camus a choisi de faire son récit au parfait composé [qui rompt la continuité...]; le verbe est rompu, brisé en deux : d'un côté nous trouvons un participe passé qui a perdu toute transcendance, inerte comme une chose, de l'autre le verbe "être" qui n'a que le sens d'une copule [...]; le caractère transitif du verbe s'est évanoui, la phrase s'est figée. »

Dans la première partie de *L'Étranger*, l'écriture blanche peut se définir à l'aide de quelques caractéristiques spécifiques :

- Le vocabulaire est simple et répétitif. L'auteur évite tout terme abstrait pour offrir le compte rendu sec d'événements concrets, matériels ou de sensations. C'est typiquement le type de vocabulaire dont on recommande l'usage pour des textes faciles à lire.

Le lecteur est placé dans une position confortable de ce point de vue : le vocabulaire ne le déstabilise pas.

- Le texte est surchargé de détails, avec un souci marqué du quotidien, les faits sont consignés dans leur déroulement chronologique sans nécessité de se projeter en amont ou en aval du flux temporel pour suivre le déroulement de l'action.
- La syntaxe privilégie le style coupé. On entend par là un usage majoritaire de la parataxe, c'est-à-dire un mode de construction par juxtaposition de phrases : aucun mot de liaison n'explicité les rapports de subordination qu'entretiennent les phrases ou les mots. Albert Camus accepte la coordination (« et », « mais ») mais n'utilise ni subordination causale, ni logique. Pas de lien de cause à effet, mais une juxtaposition des faits, en usant de connecteurs temporels et spatiaux.
- Albert Camus choisit d'employer le passé composé par opposition au passé simple, temps traditionnel du récit, qui tombe aujourd'hui en désuétude. C'est privilégier le discours au récit, la banalité au « littéraire ».

Le résultat de ces choix est ainsi décrit par Jean-Paul Sartre, toujours dans son *Explication de L'Étranger* :

*« Entre le personnage dont il parle et le lecteur, il va intercaler une cloison vitrée. Qu'y a-t-il de plus inepte en effet que les hommes derrière une vitre ? Il semble qu'elle laisse tout passer, elle n'arrête qu'une chose, le sens de leurs gestes. Reste à choisir la vitre : ce sera la conscience de L'Étranger. C'est bien en effet une transparence : nous voyons tout ce qu'elle voit. Seulement on la construit de telle sorte qu'elle soit transparente aux choses et opaque aux significations. La conscience brute de Meursault démasquera la comédie de la vie, et en particulier du procès où les acteurs deviennent des pantins. »*

Cette absence de style, cette apparente neutralité, cette distanciation, ne sont pas aussi faciles à atteindre que cela peut en avoir l'air à la lecture. Lors de mes formations à l'écriture, c'est un exercice que l'on fait, le plus souvent en début de cycle : écrire en se débarrassant des scories du style pour arriver à la structure même du texte, sans

les boursoufflures des productions de ceux qui se regardent écrire, et insistent lourdement pour que le lecteur s'en rende compte au premier coup d'œil.

Une fois arrivé à cette épure, vous pouvez commencer à réinjecter du style dans vos phrases, en toute connaissance de cause.

Dans *Profession romancier* (Belfond, 2019), le japonais Haruki Murakami raconte comment il a épuré son style :

*« J'ai décidé de faire une tentative : rédiger mon roman en anglais. [...] Ma maîtrise de l'anglais, bien entendu, était loin d'être parfaite. Je ne disposais que d'un vocabulaire restreint et d'un nombre limité de constructions grammaticales. Mes phrases étaient forcément très courtes. Même si j'avais la tête pleine de pensées complexes, je n'étais pas en mesure de les exprimer en anglais. Par conséquent, j'ai retranscrit leur contenu dans les termes les plus simples possibles, me suis livré à des paraphrases facilement compréhensibles, ai écarté tout superflu dans les descriptions, adopté pour l'ensemble une compacité formelle et me suis limité à ce qui pouvait entrer dans le récipient dont je disposais. J'ai ainsi enfanté un texte particulièrement dépouillé. Néanmoins, au fur et à mesure de ma progression laborieuse se faisait jour, petit à petit, une écriture dotée d'un rythme personnel. »*

Ce procédé peut paraître risqué. Il ouvre néanmoins à Haruki Murakami des perspectives qui font de lui aujourd'hui un prétendant sérieux au prix Nobel de littérature :

*« Ce que j'ai découvert alors, c'est que l'on pouvait exprimer des sentiments et des intentions avec un nombre restreint de mots et de tournures, à condition de les associer efficacement. [...] En somme, il n'était pas nécessaire d'aligner toutes sortes de mots compliqués. Il n'y avait pas non plus d'obligation d'user d'un style exquis pour toucher les lecteurs. »*

Le texte anglais, l'auteur le traduira ensuite en japonais : « une libre adaptation » plutôt qu'une traduction, écrit-il. Une façon pour lui, par le biais de la langue étrangère, de trouver son propre style.

Dans le même livre sur son métier de romancier, Haruku Murakami rapporte l'histoire de la hongroise Agota Kristof, qui,

exilée en Suisse, s'est mise à écrire en français. Et, selon le Japonais, le résultat est là :

« *Un bon rythme, des phrases courtes, un vocabulaire direct, dénué de périphrases, des descriptions précises, sans pose.* »

Limiter ses capacités en choisissant une langue étrangère serait donc une voie pour acquérir une écriture gagnant en simplicité, en efficacité.

### *Ce qu'il faut retenir* |

- ▶▶ Si l'on peut définir le style, on doit pouvoir définir une absence de style : une écriture neutre. C'est l'écriture blanche de *L'Étranger* d'Albert Camus telle qu'elle est analysée par Roland Barthes.
- ▶▶ Les caractéristiques de l'écriture blanche sont les suivantes :
  - le vocabulaire est simple, répétitif, concret ;
  - le déroulement des faits rapportés est chronologique ;
  - la construction se fait par juxtaposition de phrases sans aucun mot de liaison ;
  - l'auteur choisit le passé composé plutôt que le passé simple.

## La longueur et la structure des phrases

Quelle est la longueur optimale pour une phrase ? La question est légitime : après tout, connaître la bonne réponse permettrait de faire des progrès considérables dans sa façon d'écrire, sans avoir à se compliquer trop la vie : tant de mots, hop, c'est fini, on passe à la phrase suivante. Je suis comme vous, j'aimerais vraiment que les choses

soient aussi faciles. Mais ce n'est pas tout à fait le cas : s'il existe une réponse simple à cette question, il y a aussi une réponse plus complexe.

Lorsque je demande en formation ce qu'est une phrase, comme on la définit, le plus souvent, j'ai droit à un silence gêné. La question est trop facile, il y aurait un piège. La réponse est en effet évidente pour la plupart : une phrase commence par une majuscule et se termine par un point (ou un autre signe de clôture : points de suspension, d'interrogation, d'exclamation). C'est une bonne réponse descriptive.

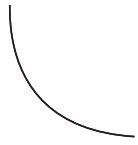
La réponse simple concernant la longueur de cette phrase s'appuie sur l'empan mnésique de votre lecteur ou de votre lectrice. Une phrase est trop longue au moment où, dans sa lecture, votre lecteur oublie le début de la phrase qu'il est en train de lire alors qu'il n'est pas encore arrivé au point final.

Les questions de longueur et de structure de phrases ont été étudiées dès 1969 par François Richaudeau. C'est à son article « Les structures des phrases » (In : *Communication et langages*, n° 1, 1969. pp. 19-25) que j'emprunte les règles ici avancées.

L'empan mnésique peut être calculé scientifiquement. Il dépend du lecteur, de ses habitudes, de son habileté intellectuelle. Étudié par François Richaudeau, l'empan mnésique serait de 8 chez un lecteur « moyennement cultivé », et de 16 pour un lecteur « cultivé ». Cela correspond au nombre de mots que le lecteur ou la lectrice retient à 100 %. Si l'on baisse les prétentions à 85 %, ce qui semble suffisant pour comprendre un texte, le lecteur « moyennement cultivé » retient 9 mots, le lecteur cultivé retient 19 mots.

Si vous voulez qu'une phrase soit mémorisée dans son intégralité, comme un slogan, une *punch line*, elle devra donc être courte, très courte. « Je vous ai compris. » Quatre mots, tout le monde retient.

Attention cependant, l'arnaque structurelle qui consiste à placer un point un peu au hasard au milieu d'une phrase pour en faire



deux ne fonctionne pas. Tordre l'orthotypographie n'entame pas la logique. C'est un travers pourtant fort répandu.

« *La peur est un excellent produit d'appel. Et un inépuisable fond de sauce pour les écrivains.* »

Le mot entame une chronique littéraire de *Paris Match*. Un point au milieu d'une phrase ? Une seule phrase pourtant, car la deuxième n'existe pas. C'est une chimère, une illusion, un leurre : « Et un inépuisable fond de sauce pour les écrivains. » L'image est gastronomique, la consistance indigeste pour un lecteur moyen. Ce qu'on gagnerait en effet de style, on le perd en intelligibilité. « Je ne vous ai pas compris », répond le lecteur.

Pour simplifier, selon le niveau de votre lectorat, vos phrases devraient contenir 8 à 20 mots. 20 mots maximum. Et je vous assure qu'on y arrive vite.

C'est peu. Jugez plutôt la longueur moyenne des phrases de quelques auteurs :

- San Antonio : 12 mots (dans ses romans).
- De Gaulle : 14 mots (dans l'appel du 18 juin).
- Stendhal : 25 mots (*Le rouge et le noir*).
- De Gaulle : 33 mots (dans sa dernière allocution).
- Proust : 38 mots (*À la recherche du temps perdu*).
- Descartes : 78 mots (*Le discours de la méthode*).

Et l'on n'atteint pas le niveau de romans écrits d'une seule phrase. Des exemples ? *Comédie classique* de Marie N'Diaye (112 pages, éditions POL), *Zone* de Mathias Énard (24 chapitres d'une seule phrase, sans point final, sur près de 500 pages, chez Actes Sud), ou *Aiguille sous roche* d'Ali Zamir (320 pages, Le Tripode). Jolis tours de force.

Mais sont-ce encore des phrases lisibles ? Revenons à François Richaudeau. 12 à 20 mots maximum, et leur structure, la plus simple possible : sujet, verbe, complément. Je vais rarement en formation,

jusqu'aux nuances qu'il énonce ensuite, faute de temps. Mais ces précisions permettent d'aller un peu plus loin. Richaudeau considère en effet que ces séquences de 12 à 20 mots, lorsqu'elles ne coïncident pas avec des phrases, doivent, *a minima*, être la longueur maximale des sous-phrases. Il appelle ainsi les unités de sens qui se rattacheront les unes aux autres pour constituer finalement le texte.

Une sous-phrase, ce serait « une unité linguistique qui présente un énoncé complet se suffisant à lui-même », voire, dit autrement, un « ensemble matériellement délimité par deux signes de ponctuation forts ». Voilà qui autoriserait des phrases beaucoup plus longues que 20 mots. Les limites de la sous-phrase ne sont pas la majuscule et le point. Un exemple d'une phrase constituée de deux sous-phrases ?

*Martine rentrait de la ferme à vélo, un panier d'œufs à la main lorsqu'un chien traversa devant elle : coup de guidon, frein serré, Martine tombe à terre et les œufs explosent au sol sans qu'il en reste rien.*

Cette phrase de 39 mots est bien trop longue en théorie. Sauf qu'elle est constituée de deux sous-phrases séparées par les deux points, et qu'elle reste lisible.

Avant Richaudeau, on considérait une phrase constituée de plusieurs propositions comme une « période ». La période, selon le *Larousse* du XIX<sup>e</sup> siècle :

*« La réunion de plusieurs propositions dans la même phrase, suivant un certain arrangement, constitue ce que l'on appelle une période. Pour qu'il y ait période, il ne suffit pas que les propositions se fassent suite, il faut encore qu'elles soient enchaînées les unes aux autres et que le sens, suspendu après chacune d'elles, ne soit complètement achevé que dans la dernière. »*

Toutes les phrases longues ne sont donc pas des périodes, notamment lorsque la longueur s'obtient par énumération.

La structure alambiquée des phrases reste un obstacle difficile à surmonter pour le lecteur, notamment si plus de 8 mots séparent le



sujet du verbe, ou autant le verbe de son complément d'objet direct. Jugez plutôt cette phrase d'Émile Zola, dans *L'Œuvre* (1886) :

*« Derrière eux, la façade du château étalait, au-dessus des trois arcades du rez-de-chaussée, dans les intervalles des fenêtres, sur de longues consoles, des bustes d'empereurs romains. »*

15 mots entre le verbe « étalait » et son complément d'objet direct « des bustes d'empereurs romains ». C'est un obstacle à la lisibilité pour un lecteur moyen. Mais il est vrai que si l'on veut montrer que ça s'étale, ça s'étale.

Il faudrait donc veiller à une structure « lisible ». Pour François Richaudeau, une phrase de 24 mots, composée de 3 sous-phrases autonomes de 8 mots avec des mots rappels et, s'il y a lieu, des répétitions, peut être parfaitement lisible par un lecteur moyennement cultivé. Voilà l'idée générale qu'il faut garder ! Et il insiste : la structure d'une phrase est plus importante que sa longueur.

C'est du « lamartinisme » qu'il faut se méfier. Le lamartinisme nous vient du poète Lamartine qui tombait lui-même dans le piège de ses phrases à rallonge. Incapable de faire le lien entre le sujet et le verbe, éloignés par un écran linguistique trop long, l'écrivain en venait à des fautes d'accord, et mettait au pluriel un verbe qui devait être au singulier. Lorsque la difficulté de construction est telle que l'auteur lui-même ne s'y retrouve pas, comment espérer que le lecteur s'y repère ? Surtout si des fautes brouillent encore les pistes ! Richaudeau considère comme illisible une phrase qui, commençant par le sujet, se poursuivrait avec 14 adjectifs avant que le verbe arrive. Un exemple pour voir comme cette notion d'écran linguistique est centrale :

*Le petit page chargé comme un troupeau de mulets sur une route de montagne, coiffé d'un bonnet à franges et chaussé d'une paire de chaussures bariolées aux couleurs de son maître, claudiquant, suant, chuintant, et ricanant encore du bon tour joué au boulanger du quartier, arrivait enfin.*

Le petit page arrivait donc. Et le verbe, enfin !

Dans son analyse des sous-phrases, François Richaudeau va encore plus loin. Ainsi, il détermine qu'un lecteur moyen, lorsqu'il lit une suite de 18 mots, retient 8,5 des 9 premiers mots pour seulement 4,5 des 9 derniers mots. Quelle que soit la structure des phrases, le lecteur ne mémorise qu'une part du texte, et c'est toujours la deuxième partie du contenu qui en pâtit. « La prudence devrait conduire l'auteur à grouper, au sein de chaque phrase, les mots essentiels, la signification principale, dans la première moitié de cette phrase », écrit-il dans son article de référence sur le sujet (Richaudeau François. « Les structures des phrases ». In *Communication et langages*, n° 1, 1969. pp. 19-25).

La longueur et la structure idéales d'une phrase, ou d'une sous-phrase, clairement repérable ? Sujet, verbe, compléments. Moins de 20 mots. Si le sujet n'est pas l'élément le plus important de la phrase, et que c'est un complément qu'on veut que le lecteur retienne, on le placera en apposition devant le sujet. C'est le cas si l'on veut insister sur le lieu, ou le moment, par exemple :

*Au Palais des Sports, la Foire Internationale de Nice vous invite à fêter son 72<sup>e</sup> anniversaire, du 5 au 15 mars.*

*Du 5 au 15 mars, la Foire Internationale de Nice vous invite à fêter son 72<sup>e</sup> anniversaire au Palais des Sports.*

Des phrases simples, efficaces, dont l'élément le plus important sera plus facilement mémorisé.

Pour construire vos phrases de la manière la plus claire, imaginez qu'elles soient lues à un auditoire. Dans ces conditions, un écran linguistique agira encore plus rapidement qu'à la lecture. À chaque fois qu'un groupe de mots éloigne deux mots qui devraient être juxtaposés, vous demandez à votre auditoire un effort de mémorisation. Et vous prenez le risque de l'incompréhension.

Il existe une structure pire encore, celle où tout fait écran : le sens ne se dévoile qu'après un certain nombre de mots lus. Il faut attendre pour comprendre.



Autre ennemi d'une compréhension fluide : l'anacoluthie. Joli mot ? On appelle ainsi une rupture dans la construction syntaxique d'une phrase. L'anacoluthie peut être volontaire. C'est le cas de la plupart des zeugmes (joli mot, encore).

Qu'est-ce qu'un zeugme ? C'est l'art et la manière de lier ensemble des termes que rien ne devrait rapprocher. Le procédé a bercé votre enfance, souvenez-vous de l'injonction parentale : « Arrête de mettre le bazar et tes doigts dans le nez ! »... Certains considèrent que le zeugme est une faute, une anacoluthie. C'est le cas lorsque le zeugme est involontaire, et gêne la compréhension. On le considère au contraire comme un effet de style lorsqu'il est utilisé à bon escient : pour faire rire ou souligner l'absurdité du monde. On trouve des zeugmes chez les plus grands auteurs. Exemples.

*« Il s'enfonça dans la nuit et un clou dans la fesse droite », Pierre Dac*

*« En achevant ces mots, Damoclès tira de sa poitrine un soupir et de sa redingote une enveloppe jaune et salie », Pierre Desproges*

Mais les erreurs de construction ne sont malheureusement pas toujours volontaires. Voici un exemple de phrase qui cumule les handicaps. Le type même d'une phrase qu'on jugera « mal écrite » :

*« C'est un laboratoire d'idées, qui se met au travail pour construire avec les Français autour de trois priorités : une alternative pour empêcher la destruction du modèle social français, pour répondre à l'urgence écologique et pour mettre fin à la crise démocratique. »*

Cette phrase présente le club de réflexion lancé par Ségolène Royal en janvier 2020 dans un mail envoyé à d'éventuels participants. Riches de tout ce que nous nous sommes dit dans les pages précédentes, vous pouvez sans doute faire la liste de tout ce qui cloche ici.

La longueur, d'abord : 42 mots. C'est trop, vous en conviendrez. La construction ensuite... Il y a beaucoup à dire à ce sujet. Sans aller jusqu'au bout de ce qui ne va pas, notez la tournure impersonnelle : le « laboratoire d'idées, qui se met au travail ». Personne ne

fait rien, une chose se met, seule, au travail. Et les quelques surprises en termes de construction, ensuite : « pour construire ». Le verbe construire appelle un complément d'objet : on construit quelque chose. C'est un verbe transitif.

Mais pas ici. Ici, on construit. Mais le lecteur ne saura jamais quoi. Pourtant, l'usage veut que le verbe transitif ne puisse être utilisé sans complément d'objet que lorsque l'objet est connu par le contexte. Fi de l'usage ! Le lecteur saura cependant avec qui, et autour de quoi ce qui se construit se construit.

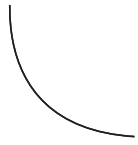
Mais, là, ce n'est pas mal non plus. Vous avez sous les yeux un bel exemple d'énumération incompréhensible. On nous annonce « trois priorités : ». Mais, après cette annonce, il n'y a plus qu'une alternative... Donc un choix entre deux possibilités pour atteindre trois objectifs : « empêcher la destruction », « répondre à l'urgence », « mettre fin à la crise ». Le pompon est décroché à la phrase suivante dans laquelle on apprend que cette « alternative » est en fait une « troisième voie ». Ce n'est plus seulement un problème de français, mais de mathématiques...

*Une troisième voie est indispensable pour contrer la reproduction du duel de 2017 que certains nous annoncent comme incontournable comme si les citoyens n'avaient déjà plus rien à dire : circulez, il n'y a rien à voir.*

Il s'agit donc d'individus qui vont se réunir pour proposer une alternative au duel annoncé, afin d'atteindre trois objectifs. Mais il y avait sans doute bien des moyens plus clairs de le dire, non ? On essaye ? Réécrivons.

*Je lance un laboratoire d'idées pour construire une alternative avec vous autour de trois priorités : empêcher la destruction du modèle social français, répondre à l'urgence écologique et mettre fin à la crise démocratique.*

34 mots, encore. Mais c'est déjà mieux car il y a là une sous-phrase de 15 mots suivie d'une énumération de trois priorités clairement identifiées par trois verbes à l'infinitif qui offrent une cohérence à l'ensemble. Et le passage à la première personne s'adressant au



lecteur place immédiatement dans l'action. Avant de construire une alternative, construisons des phrases.

Arrêtons-là et souvenons-nous.

*« Avant donc que d'écrire apprenez à penser.  
Selon que notre idée est plus ou moins obscure,  
L'expression la suit, ou moins nette, ou plus pure.  
Ce que l'on conçoit bien s'énonce clairement,  
Et les mots pour le dire arrivent aisément.  
Surtout, qu'en vos écrits la langue révéree  
Dans vos plus grands excès vous soit toujours sacrée. »*

C'est dans *L'Art poétique* de Nicolas Boileau (1636 – 1711), en tout cas. Et toujours répété aujourd'hui par les stylistes.

Bien sûr, il s'agit du cas où vous souhaitez, avant tout, la mémorisation de votre message. Point d'émotion ici : de l'efficacité.

### *Ce qu'il faut retenir* |

- ▶▶ Le lecteur ou la lectrice intègrent les phrases de 8 à 10 mots, selon leur niveau.
- ▶▶ Si la phrase est constituée de plusieurs sous-phrases, chaque sous-phrase peut faire 8 à 12 mots, pour un lectorat moyen.
- ▶▶ Aucun élément ne doit séparer le sujet du verbe.
- ▶▶ Aucun élément ne doit séparer le verbe de son complément d'objet direct.
- ▶▶ Seul le complément d'objet direct peut séparer le verbe de son complément d'objet indirect.
- ▶▶ La structure d'une phrase lisible est : Complément / Sujet / Verbe / COD / COI / Complément.

## Les secrets de la phrase longue

Pour l'émotion, la phrase longue, selon ce que l'on veut faire ressentir, peut avoir son intérêt. On s'éloigne alors de la structure de base de la phrase, pour proposer une expérience de lecture différente.

Prenons Maylis de Kerangal. Dans *Réparer les vivants* (Éditions Verticales, 2014), les phrases font jusqu'à deux, trois pages. Des phrases dont la longueur n'a rien à envier à Proust. Des phrases, mêmes, qui dépassent largement celles de Descartes dans *Le Discours de la méthode*. Bref, des phrases illisibles, si l'on en croit François Richaudeau. D'autant que leur structure atteint parfois de sympathiques niveaux de complexité. Et pourtant cela fonctionne, et très bien. Le roman a reçu de nombreux prix, a été vendu à plus de 250 000 exemplaires, a été adapté au théâtre, au cinéma... On lit comme en apnée, emporté par le flot, la tête sous l'eau, c'est efficace, prenant. Et largement mieux écrit que de nombreux romans à succès, dans le sens où la forme et le fond vont de pair, s'appuient l'un sur l'autre, font bloc. Qu'importent les sous-phrases, ici, leur structure ou leur nombre. Le niveau de vocabulaire, même, ne correspond à rien en termes de lisibilité : Maylis de Kerangal se délecte de mots rares, de jeux sur les niveaux de langue.

C'est un exercice d'écriture auquel chacun peut s'adonner : la phrase la plus longue possible et qui tienne le lecteur en haleine, le contraigne à ne pas lâcher la lecture, à vivre l'expérience décrite dans la phrase. Quand s'arrêter lorsqu'aucun point final ne propose de pause ?

Exemple : une phrase et une seule rédigée lors d'un atelier d'écriture animé en ligne par François Bon.

*« Sur cette croix verte de pharmacie clignotante et lumineuse la température indiquée est précise, 36,8 °C, ce ne serait pas de la fièvre, mais c'est l'interminable air chaud, sec, brûlant lorsque tu marches depuis des heures (toutes directions, centre-ville, autres directions, tu as tout essayé), 14 heures dit la croix, il est 14 heures, pas quatorze heures que tu marches, tout*

*de même, mais tu as pris des ruelles, des avenues, des sentes, des escaliers qui montent et puis descendent, tu as rebroussé chemin dans des impasses et traversé des squares à bacs à sable emplis d'enfants braillards et bordés de jeunes mères désœuvrées, en jupes courtes et chemisiers ouverts alors qu'il était tôt encore mais la chaleur était déjà là à déshabiller et pousser à l'ombre du moindre tilleul tout ce qui respire tant bien que mal, chiens efflanqués comme vieillards mal peignés que tu bousculais presque en rasant les murs à la recherche de ton chemin, repassant là où tes pas t'avaient déjà porté, marchant dans le bitume de moins en moins rigide, tournant à droite, t'arrêtant face à un vitrine de figurines en plomb dont tu te disais qu'il ne resterait rien une fois le soleil traversant la vitre, et revenant sur tes pas à la recherche de l'hôtel que tu avais quitté le matin même en quête, simplement, d'un marchand de tabac, non que tu fumes, tu as arrêté depuis bien longtemps, mais il te fallait pour la carte postale un timbre puis une boîte aux lettres et maintenant, sept ou huit heures plus tard, tu bifurques à bâbord, sans oser encore demander ton chemin à l'homme à la chemise hawaïenne rose et bleue qui s'avance face à toi car il aurait fallu admettre que tu étais perdu, et depuis longtemps, et dans la discussion raconter que tu as vu trois fois la fontaine où se baignent les adolescents cet après-midi sans oser y tremper tes pieds pourtant endoloris par la randonnée sans fin que tu t'imposes et de toute façon, à force de tournicoter, cet hôtel, tu le retrouveras bien tout seul, la ville n'est pas si grande et d'ailleurs la température baisse un peu, c'est plus supportable, cela va même devenir agréable : les mères du square, encore elles, tirent sur leurs jupes, reboutonnent leur corsage, tu es sûr que si tu tournes à gauche tu retrouveras la pharmacie, et la température n'y est plus que de 28,2 °C, il est 18 heures, à la croix toujours verte, toujours clignotante et toujours lumineuse, alors, à la prochaine rue, tu prends à nouveau à gauche, tu n'as pas tenté cette option précédemment (un panneau en bois verni indique par-là trois hôtels – Les Mimosas, Au Lion D'Or, Le Bon François (tout confort, petit-déjeuner continental) – dont aucun ne porte donc le nom du tien, mais peut-être est-ce un oubli du préposé aux indications touristiques) et, si tu ne touches pas au but, sans doute pourras-tu tout de même te renseigner à moins que tu finisses par te rendre compte que c'est toi qui te trompes, et que le nom de ton hôtel n'est pas celui que tu crois. »*

520 mots de randonnée dans la ville, à la recherche de ce qu'on n'y trouve pas.

On peut analyser en détail une phrase de Marcel Proust pour comprendre la mécanique à l'œuvre, et la reproduire chez soi. Il n'y a aucun danger. En s'inspirant des travaux de François Richaudeau, Jean-Yves Cordier a ainsi publié sur le Web une analyse d'une phrase extraite de *Du côté de chez Swann* (voir ici : <http://www.lavieb-aile.com/2016/01/etude-d-une-phrase-de-marcel-proust-dans-l-eglise-de-village.html>) :

*« Je n'oublierai jamais, dans une curieuse cité de Normandie, voisine de Balbec, deux charmants hôtels dix-huitième siècle, qui me sont à beaucoup d'égards chers et vénérables, et entre lesquels, quand on regarde du beau jardin qui descend des perrons vers la rivière, la flèche gothique d'une église, qu'ils cachent, s'élançe, ayant l'air de terminer, de surmonter leurs façades, mais d'une manière si différente, si précieuse, si annelée, si rose, si vernie, qu'on voit bien qu'elle n'en fait pas plus partie que de beaux galets unis, entre lesquels est prise sur la plage, la flèche purpurine et crénelée de quelque coquillage fuselé en tourelle et glacé d'émail. »*

106 mots, seulement. Et Jean-Yves Cordier isole le squelette de la phrase en l'amputant de ces enchâssements et des adjectifs :

*« Je n'oublierai jamais deux hôtels entre lesquels la flèche d'une église s'élançe, ayant l'air de terminer leurs façades, mais d'une manière si différente qu'on voit bien qu'elle n'en fait pas plus partie que de galets, entre lesquels est prise, la flèche de quelque coquillage. »*

Plus que 44 mots. C'est plus clair. Surtout si l'on remet un peu d'ordre dans la fin de la phrase :

*« Je n'oublierai jamais deux hôtels entre lesquels la flèche d'une église s'élançe, ayant l'air de terminer leurs façades, mais d'une manière si différente qu'on voit bien qu'elle n'en fait pas plus partie que la flèche de quelque coquillage prise entre deux galets. »*



Ce que fait Proust ? « L'artiste a mis en place la structure complète, mais à la pierre noire ou à l'encre. Puis il prend son pinceau pour accumuler de petites touches colorées qui vont animer, mais aussi dissimuler le réseau de traits », explique Jean-Yves Cordier. Ainsi il s'attache à démontrer le lien entre l'écriture proustienne et le mouvement impressionniste.

La phrase décortiquée, au moins, montre l'essentiel : Proust cache la structure pour créer l'émotion. C'est de littérature qu'il s'agit. Et le message qui passe est bien différent de celui visé par un écrit professionnel : il ne faut pas se tromper d'objectif.

### *Ce qu'il faut retenir* |

- ▶▶ Une phrase longue est soit une succession de sous-phrases, qui s'agrègent les unes aux autres, soit une phrase courte, utilisée comme un squelette, sur laquelle on ajoute par petites touches de la chair, de la couleur, jusqu'à lui faire prendre une ampleur qu'elle n'avait pas au départ. On peut bien entendu mixer les deux techniques.

## Écrire dense

Un des objectifs de l'écriture professionnelle est la densité. L'objectif est de répondre efficacement à une contrainte forte pour le lecteur : son temps disponible. Faire gagner du temps, au moins éviter d'en perdre, est un gage d'efficacité. Attention : il ne s'agit pas d'écrire court, mais dense. Écrire court, ce serait faire des choix, et donc éliminer des parties du message que vous souhaitez transmettre. Pourquoi pas ? Mais, bien avant cela, vous avez intérêt à éliminer du texte tout ce qui n'est pas essentiel au message.

L'avènement du numérique place le lectorat dans la logique de l'économie de l'attention. Le temps est ce qu'il monnaie en permanence : le temps qu'il choisit de consacrer, ou non, à telle ou telle activité. Et la concurrence est rude dans le domaine professionnel, où les heures sont littéralement comptées, mais également dans la vie personnelle. L'humanité n'a jamais produit autant de contenus accessibles, et les journées ne font toujours que 24 heures. Un flux permanent, celui de l'infobésité. Selon le directeur général de l'entreprise, Reed Hastings, le plus grand concurrent de Netflix, le leader mondial de la vidéo à la demande, est... le sommeil ! Car c'est là que réside le dernier réservoir de temps disponible. Jusqu'à ce que des entreprises arrivent à nous vendre des rêves à la demande, comme la fiction l'a déjà imaginé. Écoutez par exemple le podcast Dreamstation diffusé par France Culture (<https://www.franceculture.fr/emissions/dreamstation>).

Dans cette économie de l'attention hyper concurrentielle, la densité d'un texte peut faire une sacrée différence.

Afin d'y sensibiliser stagiaires et étudiants, je leur recommande généralement le sketch des oranges de Fernand Raynaud. Fernand Raynaud ? Artiste comique de scène français (1926-1973). Dans ce sketch, il incarne un vendeur d'oranges. Son patron lui conseille de tester la publicité. À l'aide d'une craie, il écrit sur une ardoise « Ici, on vend de belles oranges pas chères ». La situation initiale est posée. Le patron revient : « Vous ne voyez pas que c'est inutile

le mot « ici » ? ». Raynaud efface. « On vend ? Vous ne pensez pas les donner, tout de même ? » Raynaud efface. « Pas chères... Ils auront bien le temps de le voir, que c'est pas cher... » Raynaud efface. Et encore, jusqu'à ce qu'il ne reste que le mot « oranges », planté dans les oranges. Mais on voit bien qu'il ne s'agit pas de bananes. Au final, plus rien sur l'ardoise.

C'est une démonstration par l'absurde, certes. Car s'il suffisait de ne rien écrire, nous pourrions arrêter là notre démonstration. Mais l'absurde amène à réfléchir : n'y a-t-il pas encore un mot que vous pouvez supprimer du texte pour le rendre plus percutant ? Une autre façon de présenter les choses. Qui aurait écrit sur le panneau « Ici, on ne vend pas de bananes » ?

Notez que la langue française est ainsi conçue que l'écrit est beaucoup plus redondant que l'oral. Pour une même phrase, selon qu'elle est écrite ou dite, les marqueurs du pluriel, par exemple, sont bien plus nombreux à l'écrit.

*Les poules couvent.*

À l'oral, une seule distinction entre le singulier et le pluriel « La/ Les ». On entend ensuite « poule couve » de la même façon. À l'écrit, il y a trois marques du pluriel : « les », le « s » à « poules », « nt » à « couvent ». L'écrit est redondant par nature (et il n'est pas question de changer ces conventions, mais on peut en être conscient).

On désigne par redondance tout ce qui est dit ou écrit en trop par rapport à ce qui est strictement nécessaire pour la compréhension du récepteur. Vue sous l'angle de l'économie des moyens, la redondance est un gaspillage des signes, une répétition inutile dans la transmission de l'information.

Richaudeau avance, avec beaucoup de prudence il est vrai, le chiffre de 22,5 %. Si cette estimation est juste, cela voudrait dire qu'un texte pourrait être quatre fois moins long qu'il n'est tout en véhiculant la même information : un mot sur quatre seulement serait réellement indispensable à la compréhension du message.

Pour atteindre une densité optimale de l'expression, on s'attaquera à plusieurs de ses symptômes. La multiplication des adverbes et adjectifs, la redondance, dont le pléonasme est l'avatar le plus courant, les périphrases.

### ***Adverbes et adjectifs***

« L'adverbe n'est pas votre ami. Particulièrement après "il disait" ou "elle disait". » Tel est le point de vue de Stephen King, dans *Écriture : Mémoires d'un métier*. Et l'attention à l'adjectif remonte, au moins, au romain Quintilien, au I<sup>er</sup> siècle ap. J.-C. : « Une phrase trop chargée d'adjectifs est comme une armée où chaque soldat serait accompagné de son valet de chambre. »

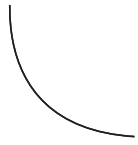
Curieusement, une phrase garde la plupart du temps son sens initial une fois amputée de ses adverbes et de ses adjectifs. Donc vous vous apercevrez qu'on peut souvent retirer un mot d'une phrase une fois qu'on pense avoir fini de l'écrire.

Pardon... On la refait ? Voyez comme on peut alléger le paragraphe ci-dessus : une phrase garde son sens une fois amputée de ses adverbes et de ses adjectifs. Vous vous apercevrez qu'on peut souvent retirer un mot d'une phrase une fois qu'on pense avoir fini.

Ce sont souvent les mots de coordination qui apportent une articulation logique sans être nécessaires à la compréhension globale.

Je vous recommande de ne pas vous focaliser sur ces mots au moment de l'écriture : ils servent souvent à prendre appui, à préciser son raisonnement, parfois juste à bénéficier d'une respiration au moment de la conception de la phrase. Si vous essayez à ce moment-là d'éviter coordinations et adverbes, vous vous rendrez la tâche de conception de votre texte bien plus complexe, et cela pourrait même vous bloquer. Vous y serez vigilant à la relecture : lorsque vous en serez à apporter une dernière touche de peps à votre prose.

Ayez confiance : un télégramme reste compréhensible sans avoir besoin de ces mots outils de la langue. Des mots qui représentent



0,5 % du lexique, mais jusqu'à 50 % d'un texte en français ! Normal : le télégramme était facturé au mot (jusqu'en 2018, on pouvait envoyer ainsi un message en France, en s'adressant à l'opérateur national de téléphonie : le récepteur recevait un papier sur lequel était imprimé le message dicté). Autant dire qu'on écrivait alors à l'économie.

Même quand Charles de Gaulle termine de lire le premier tome des *Antimémoires* d'André Malraux en 1967, c'est par un télégramme, forcément lapidaire, qu'il lui dit ce qu'il en pense : « Terminé première lecture. Livre admirable dans les trois dimensions. Meilleures amitiés ». C'était ainsi qu'on écrivait alors que les mots étaient comptés.

Mais il y a des adjectifs dans le texte du Général ? Oui. S'interdire les adjectifs, les adverbes, les mots-outils, c'est s'obliger à prendre conscience de leur présence, et se limiter à ceux qui sont essentiels à la compréhension.

Démonstration ?

*Le cheval gris galope prestement dans la prairie ondulante.*

Que retient-on ?

*Le cheval galope dans la prairie.*

Si c'est bien ce que vous voulez que le lecteur retienne, tenez-vous-en là. Vous trouvez que la phrase est plus « jolie » avec ses adjectifs et ses adverbes ? Mais quel est l'apport d'information ? On aura besoin de préciser la couleur du cheval dans un seul cas : si cela permet de le distinguer d'un autre cheval dont on aurait préalablement parlé. Un cheval à la robe alezane, par exemple.

## ***Périphrases***

Une périphrase est l'expression par plusieurs mots d'une notion qu'un seul mot pourrait exprimer. On ne dira pas « de la couleur d'un ciel d'été », mais « bleu ». Et même, on ne dira rien si l'adjectif n'est pas indispensable, comme vous l'avez compris précédemment. C'est vous dire si l'on peut densifier les textes.

La périphrase est souvent difficile à comprendre, car elle nécessite de connaître le lien entre la notion exprimée et la façon dont on l'exprime. Ainsi, si je dis « le billet vert », qui comprend que je parle du dollar ? La périphrase fait appel à des connaissances, une culture. Si cette culture est partagée, tout va bien, dans le cas contraire, le lecteur aura bien du mal à s'y retrouver.

Pour éviter l'incompréhension, la périphrase est souvent un cliché, une façon de s'exprimer que tout le monde utilise, une collocation (voir page 42). Le Roi-Soleil, les forces de l'ordre, les combattants du feu. Plus la périphrase est originale, plus la compréhension peut s'avérer complexe. Louis XIV, la police (ou la gendarmerie), les pompiers : c'est plus simple, plus concret, plus accessible. Notez, à propos du Roi-Soleil qu'on parle d'antonomase : la figure de rhétorique qui consiste à remplacer un nom commun par un nom propre, ou inversement.

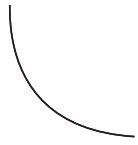
La périphrase est une tournure littéraire qui permet, selon le contexte, d'attirer l'attention sur un détail, de manier l'ironie, d'atténuer une expression, de rendre un contenu poétique. Si elle est à utiliser avec parcimonie dans un texte qui vise l'efficacité, la périphrase peut donc avoir son utilité.

Dans le poème *Le Lac* de Lamartine, le poète parle de « l'astre au front d'argent » pour désigner la Lune. La périphrase a quelque chose de poétique. Elle « fait style ». On nomme un objet comme personne avant soi ne l'a nommé. Ce serait le gage de l'originalité.

Lorsqu'on écrit, on est parfois très fiers de ce type de trouvailles. Si l'on écoute les écrivains, c'est justement là qu'il faut se méfier. Dans *Écriture : Mémoires d'un métier* (Albin Michel, 2001), Stephen King défend un point de vue très clair sur la question :

*« Supprimez vos passages préférés, même lorsque cela brise votre cœur de petit scribe égocentrique : supprimez vos chouchous (...). Cette coupure permettra d'accélérer le rythme, et c'est ce que la plupart d'entre nous finit par avoir à faire. »*

C'est un conseil largement partagé par les écrivains. D'ailleurs, Stephen King cite William Faulkner, qui en a peut-être donné la



formulation la plus dense : « *Kill your darlings* » (la traduction « tuez vos chouchous » n'est peut-être pas la meilleure). Tuez ce que vous aimez. Lorsque vous êtes fier de vous, fier d'une tournure, d'une phrase, d'une périphrase, donc, supprimez. Supprimez et recommencez pour ne pas tomber dans la facilité.

Dans son *Art poétique* (1674), Nicolas Boileau donne déjà ce conseil d'écriture :

*« Hâtez-vous lentement, et sans perdre courage,  
Vingt fois sur le métier remettez votre ouvrage,  
Polissez-le sans cesse, et le repolissez,  
Ajoutez quelquefois, et souvent effacez. »*

Et souvent effacez.

## **Pléonasmes**

On commet un pléonasme, comme on commet un crime. C'est une faute, au moins une faute de goût, et assurément une faute contre la densité du texte. Le pléonasme consiste à dire deux fois la même chose, à utiliser deux mots lorsqu'un seul suffit. En voici une liste, qu'on aurait pu poursuivre, mais qui déjà vous donnera un aperçu de ce qui nous attend tous si nous n'y prenons garde.

Reporter à une date ultérieure : *vous avez déjà essayé de reporter à une date antérieure ? Reporter suffit.*

Au jour d'aujourd'hui : *c'est un classique, et c'est un double pléonasme : « hui » signifie déjà « ce jour ». Aujourd'hui, c'est « au jour de ce jour », « au jour d'aujourd'hui », cela fait un peu beaucoup, non ? (J'ai entendu récemment quelqu'un utiliser « à l'heure d'aujourd'hui », une variante amusante).*

Prédire à l'avance : *prédire c'est anticiper, nul besoin de préciser que c'est à l'avance. Et prédire ce qui s'est déjà passé n'a pas de sens.*

Une opportunité à saisir : *toute opportunité est intéressante et donc saisir.*

Un tri sélectif : *essayez de trier sans rien sélectionner, pour voir...*

*S'avérer vrai : s'avérer signifie déjà « se révéler exact ». Cette tournure s'avère pléonastique. « S'avérer faux » est donc impossible.*

*Opposer son veto : traduit du latin veto donne : « je m'oppose ». Si vous opposez votre veto, vous opposez le fait de s'opposer. La tournure correcte est « mettre son veto ».*

*Optimiser au maximum : prenez la définition d'optimiser c'est améliorer pour atteindre le meilleur. Pas la peine d'en rajouter.*

*Le danger potentiel : un danger, c'est quelque chose qui peut arriver, mais pas forcément. Par définition, il est donc potentiel.*

*Voire même : voire ou même, selon les cas, mais pas les deux en même temps, voire simultanément...*

*Réserver à l'avance : notez bien qu'il est impossible de réserver après coup.*

*Comme par exemple : la phrase est longue comme un jour sans pain, inutile d'insister avec par exemple qui a le même sens.*

*Applaudir des deux mains : essayez donc d'applaudir autrement.*

*Un bip sonore : toujours plus efficace que l'improbable bip silencieux.*

*Le but final : le but final se distinguerait d'un but intermédiaire ? Non, le but, c'est toujours ce qui arrive à la fin.*

*Coopérer ou collaborer ensemble : essayez de coopérer seul, pour comparer...*

*Une fausse perruque : donc de vrais cheveux sur la tête ?*

*Perfection absolue : sachant que rien ne peut être mieux que la perfection, qu'apporte l'adjectif ici ?*

*Petit détail : un détail, juste un détail.*

*Monopole exclusif : un monopole, c'est bien avoir l'exclusivité : pas besoin de préciser.*

*Unanimité totale : l'unanimité qui n'est pas totale, ça n'existe pas. C'est une majorité, voire une minorité.*

*Surprendre à l'improviste : mieux vaudrait prévenir avant la surprise ?*

*Le faux prétexte : le prétexte est une affabulation, puisque ce n'est pas la vraie raison. Il n'est pas nécessaire de préciser.*

*Talonner de près : talonner, c'est être sur les talons de celui qu'on suit. Difficile à faire de loin.*

*Un hasard imprévu : c'est souvent un danger potentiel (ah, non !).*



L'apparence extérieure : *cela s'opposerait à une apparence intérieure à laquelle seul votre chirurgien aurait accès ?*

Autorisation préalable : *autoriser c'est toujours avant, au mieux, après, on régularise.*

Avertir à l'avance : *après, c'est trop tard.*

Se cotiser à plusieurs : *se cotiser tout seul ne permet pas de s'enrichir.*

Importer de l'étranger : *on importe de Chine ou de Grande-Bretagne, car quand on importe, ce n'est jamais de son propre pays.*

Les étapes successives : *mais bien sûr, les étapes se suivent toujours (mais ne se ressemblent pas forcément).*

Cadeau gratuit : *ce sont les autres qui se cotisent, le cadeau n'est jamais payant.*

Cette liste ne reprend que quelques exemples. En ouvrant l'œil, vous repérerez vite les pléonasmes dans les textes courants, dans les propos des uns ou des autres. Certains sont classiques, d'autres improbables, mais nous en faisons tous régulièrement. Les éviter permet de densifier efficacement ses textes.

## *Ce qu'il faut retenir* |

- ▶▶ Limitez l'usage des adverbes et adjectifs.
- ▶▶ Évitez les redondances, et en particulier les pléonasmes.
- ▶▶ Chassez les périphrases pour aller à l'essentiel.

## La ponctuation

Si le mot est la chair de la phrase, la ponctuation en est le squelette. C'est elle qui fixe le début avec la majuscule, la fin avec le point. Elle pose les choses, structure le propos, et parfois fixe le sens.

Pourtant, c'est un sujet qu'on aborde peu. Ce n'est pas la première préoccupation. En témoigne ce texte d'Alexandre Vialatte.

*« Je voulais parler de la ponctuation. Et voilà que j'en ai presque honte.*

*Il y a une espèce de scandale à faire œuvre de civilisé dans un monde que la barbarie assiège comme un raz de marée. On se fait l'impression de jouer au bridge sur le radeau de la Méduse. On a l'air, comme les Byzantins, de discuter du sexe des anges quand l'ennemi secoue les portes de la ville. La civilisation est devenue un luxe réfugié sur une île à peu près désertique.*

*(...)*

*C'est pourtant, paradoxalement, le plus urgent et le plus utile. Il n'y a aucune futilité, dans un désastre, à s'occuper de régler le pas de vis d'un instrument de grande précision comme la pensée, qui est en péril du fait de la faillite de l'école. La ponctuation, dans un texte écrit, c'est 50 % de la pensée. »*

Alexandre Vialatte, « Chronique hâtive de la ponctuation et de plusieurs phénomènes surprenants », *La Montagne*, 17 janvier 1971.

Voici quelques exemples pour vous convaincre que la ponctuation change tout, et qu'on a tout à gagner à y accorder une importance redoublée. Savez-vous quelle différence il y a entre ces deux phrases ?

*Alice était assise près de la fenêtre d'où l'on voit la route.*

*Alice était assise près de la fenêtre, d'où l'on voit la route.*

Une virgule. En effet, la différence tient à une virgule. Et cette virgule n'a rien d'anodin. Dans une des deux phrases, il n'y a qu'une fenêtre, dans l'autre au moins deux. Vous voyez laquelle ? Non ? Lorsque j'anime une formation aux techniques rédactionnelles, il faut parfois plusieurs minutes avant qu'un stagiaire trouve la solution. Parfois, dans un groupe de huit personnes, les hypothèses les plus invraisemblables fusent jusqu'à ce que je donne la solution. Et encore, tout le monde ne saisit pas forcément du premier coup. Parfois aussi, un stagiaire plus au fait des subtilités de la virgule donne immédiatement le bon résultat.

Donc, la première phrase, sans virgule, nous laisse à penser qu'il y a plusieurs fenêtres, et qu'Alice est assise près de celle d'où l'on voit

la route. Dans la seconde phrase, il n'y a qu'une fenêtre. D'ailleurs, la phrase pourrait s'arrêter à la virgule. Mais l'auteur tient à préciser : de la fenêtre, on voit la route.

Le deuxième exemple est souvent plus parlant :

*Vous ne serez pas payés, comme prévu.*

*Vous ne serez pas payés comme prévu.*

Dans le premier cas, vous ne serez pas payé, et c'est ainsi que les choses étaient prévues. Dans le second, vous allez être payé, c'est une sacrée différence. Mais vous serez payé autrement que prévu. Plus, ou moins, ou plus tard... Cela reste à préciser. Cette distinction devrait vous induire à la prudence lorsque vous signez un contrat.

Cette fois, si vous avez bien compris, vous saurez si j'ai une seule cousine, selon la façon de ponctuer ma phrase :

*Ma cousine qui vit à Nantes vient de s'acheter une télé.*

*Ma cousine, qui vit à Nantes, vient de s'acheter une télé.*

Dans certains cas, le sens change totalement selon la ponctuation. Tant et si bien que la même suite de mots, oralement, n'aura pas du tout la même signification. Tout dépend de comment on l'entend :

*Le président, a déclaré le Premier ministre, est mort.*

*Le président a déclaré : « Le Premier ministre est mort. »*

Aucune ambiguïté à l'écrit. Une occasion de plus de recommander de lire à voix haute ses textes : c'est un moyen de repérer les erreurs d'interprétation possibles.

Et vous n'avez normalement plus aucun mal avec cet exemple classique qui fait rire selon qu'on est cannibale ou pas :

*Quand est-ce qu'on va manger maman ?*

*Quand est-ce qu'on va manger, maman ?*

Dans tous ces exemples, la ponctuation marque les degrés de subordination entre les différents éléments du discours ou définit le sens et les liens logiques entre ces éléments. Mais ce n'est pas la seule fonction de la ponctuation. La ponctuation peut aussi être la marque de la langue orale, comme l'intonation ou les pauses. Une virgule peut donc simplement marquer une respiration dans la phrase. Mais l'on doit alors s'assurer que cela n'influe pas sur le sens.

Dans ce cas, la ponctuation est un élément rythmique.

Chaque élément de ponctuation est différent, et on utilise chacun selon des règles qui lui sont propres. Tour d'horizon.

## ***Les règles de ponctuation***

### ■ La virgule

La virgule s'utilise couramment pour laisser le lecteur respirer et donner du rythme dans la phrase.

Quelques cas classiques d'emploi de la virgule :

- Lorsque vous procédez à une énumération.

*Les animaux arrivent dans la cour de la ferme : un cheval, deux cochons, une poule, trois canards, un bœuf.*

- Lorsque vous séparez des mots, des groupes de mots ou lorsqu'ils sont articulés avec « et », « ou », « ni » (lorsqu'on les répète plus de deux fois).

*Il ne sait parler ni mandarin, ni espagnol, ni anglais.*

- Lorsque vous remplacez les conjonctions « et », « ou », « ni » et que la conjonction n'apparaît qu'avant le dernier terme de l'énumération.

*Il hésitait entre regarder la télé, se rendre au cinéma et aller se coucher.*

- Lorsque vous changez le rythme de la phrase ou appuyez sur un élément que vous jugez important, en plaçant la virgule devant des mots, groupes de mots ou des prépositions.

*J'irai lui parler, mais lorsqu'elle sera calmée.*

- Lorsque vous souhaitez mettre en relief un élément en tête de phrase.

*Au fond du gouffre, il esquissa un sourire.*

*Toi, tu ne l'emporteras pas au Paradis.*

- Lorsque vous isolez des mots, groupes de mots ou propositions qui apportent des informations en incise.

*Le renard, épuisé par sa course, s'arrêta à l'orée de la clairière.*

- Lorsque vous marquez le passage du temps.

*Je me réveille, je me retourne, je me rendors.*

En français, on ne met habituellement pas de virgule avant les conjonctions de coordination comme *et* et *ou*. En anglais, on appelle cette virgule la virgule de série (*serial comma*, aussi nommée virgule d'Oxford ou virgule d'Harvard). Pour ses partisans, elle a l'avantage de lever l'ambiguïté de certaines énumérations. Mais ses adversaires jugent qu'elle n'est jamais utile : le contexte devrait toujours fournir les indications nécessaires à la compréhension de l'énoncé et l'insertion d'une virgule de série pourrait introduire une ambiguïté là où il n'y en avait pas.

Voici deux exemples tirés du court article que *Wikipedia* consacre à la virgule de série :

- To my parents, Ayn Rand and God (« À mes parents (qui sont) Ayn Rand et Dieu ») vs. To my parents, Ayn Rand, and God (« À mes parents, à Ayn Rand ainsi qu'à Dieu »), la virgule de série permet de lever l'ambiguïté.

- To my mother, Ayn Rand, and God (« À ma mère (qui est) Ayn Rand et à Dieu » ou « À ma mère, à Ayn Rand ainsi qu'à Dieu »), la virgule de série pourrait créer ici une ambiguïté.

### ■ Le point-virgule

Le point-virgule marque une pause plus prononcée que la virgule. Tout en subtilité, il indique une séparation nette dans la phrase. Il s'agit cependant toujours de la même phrase, les éléments séparés par le point-virgule ont donc un lien plus fort que s'ils étaient séparés par un point. Le point-virgule est de moins en moins utilisé.

Quelques cas classiques d'emploi du point-virgule :

- Lorsque vous séparez des propositions ou expressions avec une relation ténue mais que vous souhaitez souligner un lien logique.

*La vitesse a été limitée sur les routes ; il y a eu moins d'accidents.*

- Lorsque vous souhaitez mettre en parallèle deux propositions.

*Je regardais vers le large ; elle passait l'aspirateur.*

### ■ Les deux-points

Les deux-points désignent ou annoncent un nouvel élément dans la phrase. Ils sont souvent utilisés pour marquer un lien logique entre deux sous-phrases, en lieu et place d'une conjonction de coordination.

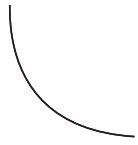
Quelques cas classiques d'emploi des deux-points :

- Lorsque vous souhaitez annoncer une énumération.

*Les trois matières dans lesquelles Thomas obtenait les meilleures notes : mathématiques, latin et sport.*

- Lorsque vous rapportez une citation.

*Jules Romain a écrit : « J'ai l'estomac fragile et horreur du gaillon. »*



- Lorsque vous apportez une explication, une précision. L’usage est alors assez proche de celui du point-virgule.

*La vitesse a été limitée sur les routes : il y a eu moins d’accidents.*

## ■ Le point

Le point indique que la phrase se termine. C’est le signe le plus neutre pour terminer une phrase. On ne met pas de point à la fin des titres d’œuvre. Et, les conventions évoluant, certains considèrent que mettre un point à la fin d’un message partagé *via* un logiciel de messagerie reviendrait à vouloir clore la conversation quand une phrase sans point final laisserait une plus grande ouverture à la réponse.

Le mot qui suit un point commence par une majuscule.

## ■ Les points de suspension

Les points de suspension peuvent être utilisés pour exprimer un doute, un silence. On les utilise lorsqu’une énumération n’est pas terminée. Attention, ce ne sont pas trois points successifs, mais bien un seul signe de ponctuation. D’ailleurs, quand vous tapez trois points de suite dans votre traitement de texte, le logiciel les remplace automatiquement par un seul caractère qui représente... trois points.

Quelques cas classiques d’emploi des points de suspension :

- Lorsque pour une raison ou une autre la phrase reste en suspens, ne se termine pas, et qu’on passe à une autre. C’est facilement le cas lorsque le texte se rapproche de propos rapportés, ou d’un monologue intérieur.

*S’il continue comme ça, je... Non, mais arrêtez !*

- Lorsque l’on veut indiquer un silence, une hésitation dans le cours d’une phrase.

*Alice est... la plus belle des femmes.*



- Lorsqu'on veut exprimer un sous-entendu, une complicité.

*Vous comprenez...*

Attention : un trop grand nombre de points de suspension dans un texte doit agir comme un signal. Si l'effet est involontaire, il peut signifier que l'auteur ne maîtrise pas tout à fait son sujet. On me l'a fait remarquer lorsque, jeune journaliste, je rendais certains articles truffés de points de suspension. Pas vraiment sûr de ce que j'écrivais, je comptais sur le lecteur pour remplir les blancs. Soyez vigilant et n'usez des points de suspension qu'en pleine conscience. Car, comme l'écrivait Pierre Dac : « Si les points de suspension pouvaient parler, ils pourraient en dire des choses et des choses ! »

#### ■ Le point d'interrogation

Le point d'interrogation a sa place à la fin d'une phrase qui pose une question. Et c'est tout ? C'est tout.

#### ■ Le point d'exclamation

Le point d'exclamation exprime la surprise, l'exaspération, l'admiration, un ordre... Il met du ton, une intonation exclamative.

Attention : le point d'exclamation fonctionne d'autant mieux qu'il est rare. À chaque phrase, il devient la norme, et ne marque plus rien. On n'entend pas celui qui crie en permanence lorsqu'il élève la voix.

Souvenez-vous que le point d'exclamation est un solitaire. Si vous en mettez plusieurs à la suite pour gagner en expressivité, ce n'est pas correct. Plus proche de la langue orale, ou de la bande dessinée, que du français écrit.

#### ■ Les guillemets

En français, les guillemets indiquent le début et la fin d'un texte particulier, soit la citation d'un autre auteur que l'auteur principal d'un texte, soit des propos rapportés dans le style direct.



Si vous devez inclure une citation dans une citation dans une citation, le type de guillemets que vous utiliserez respectera un ordre précis, afin de hiérarchiser les niveaux de citation. La citation initiale est encadrée par les guillemets français (« ») puis la citation de second rang est encadrée par les guillemets anglais (“”). Le troisième niveau de citation – dans la deuxième citation – est signalée par des guillemets allemands (‘ ’).

1<sup>er</sup> niveau de citation → « »

2<sup>e</sup> niveau de citation → “”

3<sup>e</sup> niveau de citation → ‘ ’

Mais attention : multiplier les niveaux de citation de cette façon ne rend pas le texte très lisible, et mieux vaut éviter l’effet « poupées russes » qui complique la compréhension.

Le point est à l’intérieur des guillemets lorsqu’on cite une phrase entière, sinon il se place à la suite des guillemets.

Les guillemets peuvent avoir un autre rôle et signifier une prise de distance par rapport au mot ou au groupe de mots encadrés. C’est parfois une mise en valeur du terme, ou l’expression de l’ironie de l’auteur.

Sur Internet, une autre manière de présenter les citations est possible. Le langage HTML propose en effet une balise spécifique qui permet de désigner les citations : la balise <blockquote> pour « bloc de citation ». Un texte peut être compris entre deux balises :

```
<blockquote>Ceci est une citation</blockquote>
```

Dans ce cas, le système d’affichage des pages Web va chercher dans un fichier spécifique (CSS) quelle mise en forme il faut appliquer au texte. Il suffit de modifier ce fichier CSS pour changer l’apparence de toutes les citations sur le site. La mise en forme est libre, reste à celui qui la choisit de faire en sorte que le lecteur comprenne bien qu’il s’agit de citations.

## ■ Les parenthèses

Les parenthèses isolent un mot ou un groupe de mots à l’intérieur d’une phrase pour ajouter un commentaire, une précision, etc.

Les parenthèses permettent de noter dans le texte des éléments de moindre importance par rapport à ce qui n'est pas entre parenthèses. Mettre en gras ce qui est entre parenthèses n'a donc aucun sens, puisque le gras donne l'indication inverse (**ce qui est gras est important**).

L'usage des parenthèses a un effet globalement négatif sur la lisibilité : placées dans le cours de la phrase, le segment entre parenthèses interrompt la lecture, oblige à changer de voie (ou de voix) avant de reprendre la continuité du propos. Vous n'en abuserez pas. Dans le cas où l'on ne pourrait pas se passer des parenthèses, on préférera les placer en fin de phrase (où elles ne gênent plus la compréhension).

Notez que la parenthèse est un espace particulier qui autorise les remarques, la prise de distance, le second degré par rapport au discours de la phrase principale. Ce n'est pas une précision de sens, une explication, mais une deuxième prise de parole.

C'est le cas dans ces deux vers de Racine (*Athalie*, 1691) (oui, on utilise aussi les parenthèses pour donner une référence) (non, il ne faut pas multiplier les parenthèses, on finit par ne plus s'y retrouver) :

« *Un songe (me devrais-je inquiéter d'un songe ?)*  
*Entretient dans mon cœur un chagrin qui le ronge.* »

Les parenthèses sont parfois utilisées pour indiquer une variante sur le genre ou le nombre :

*le (ou les) élève(s)*

Concernant la ponctuation finale, on suit la même règle que pour les guillemets en mettant le point à l'extérieur des parenthèses si elles ne contiennent qu'un segment de phrase.

Lorsque les parenthèses encadrent un chiffre (1), il s'agit d'un appel de note de bas de page, ou de fin d'ouvrage.

## ■ Les tirets

Les tirets clarifient la mise en page d'une liste ou segmentent une phrase. En typographie classique, il existe plusieurs types de tirets. Ces distinctions subtiles sont mises à mal par l'usage du traitement de texte.

Tiret moyen, tiret long, trait d'union, *underscore*... Savez-vous faire la différence ?

Le trait d'union, le même que le signe moins du clavier alphanumérique, fait le joint entre deux mots qui forment alors un mot composé, ou une expression composée. Le trait d'union est également utilisé pour marquer la continuité d'un mot coupé par un retour à la ligne. Exemples :

*Sourd-muet, savoir-faire et tire-bouchon.*

Le trait d'union est court : il marque la proximité des mots, jusqu'à ce qu'ils ne fassent plus qu'un. On ne devrait pas l'utiliser à la place du tiret, plus long, qui est suivi d'une espace (en typographie, on dit une espace, pas un espace). Tout cela pour conclure à propos du trait d'union qu'il n'est pas à proprement parler un signe de ponctuation : il n'a en effet rien à voir avec la structure de la phrase (pas plus que le point médian dont nous parlerons cependant un peu plus loin).

Le tiret moyen est appelé traditionnellement le tiret demi-cadratin. C'est lui qui marque le terme d'une énumération ou indique le changement d'interlocuteur dans un dialogue.

*– Vous me prenez pour un imbécile ?  
– Pas du tout, mais je peux me tromper.*

Si vous avez un ordinateur, le demi-cadratin est accessible ainsi :

*Mac (clavier fr) : alt shift –*

*Windows : alt + 0150 (gardez alt appuyée et composez 0150)*

Mais il se peut que votre traitement de texte corrige automatiquement un trait d'union mal placé et le remplace par le bon tiret.

Un tiret plus long existe : le tiret cadratin. Il est parfois utilisé dans les appels de dialogue, et pour encadrer des incises au cœur des phrases. Cet usage fort répandu du milieu du XIX<sup>e</sup> jusqu'au milieu du XX<sup>e</sup> siècle est en voie de disparition. Il apparaît encore dans certains textes universitaires ou littéraires. Julien Gracq (1910-2007) en est par exemple un fervent utilisateur (*En lisant, en écrivant*, José Corti, 1980) :

*En dehors des différences individuelles, y a-t-il – par ses thèmes dominants, son style, ses obsessions matérielles – une manière spécifique de rêver propre à chaque époque ?*

Ce qui apparaît entre les cadratins pourrait tout aussi bien ne pas être dans la phrase. Mais c'est comme une deuxième voix qui prend la parole, une précision apportée à un autre niveau. Et c'est ici à l'endroit le plus incongru de la phrase, entre le verbe et son complément d'objet. L'auteur aurait pu préférer des virgules, ou des parenthèses. Le choix du tiret cadratin accentue l'impression d'une pensée qui se déroule, met en valeur ce qui se trouve ainsi encadré.

### ■ Les crochets [ ]

L'usage des crochets est utile lorsqu'on se trouve obligé d'ouvrir une parenthèse au sein d'une autre parenthèse :

*(Julien Gracq [1910 – 2007] a été publié de son vivant dans La Pléiade)*

Vous utiliserez également les crochets pour indiquer une coupure ou une modification dans une citation.

*« L'ours va s'adosser contre le mur, verticalement, au fond de sa grotte, à côté de sa femme. Ils dorment ainsi parallèlement. Tous les deux ans leur naît un ourson. [...] Il devient gros comme son papa. Il retourne dans la caverne, et à la Chandeleur tout recommence. »*

Alexandre Vialatte, *La Montagne*, 5 février 1963.

## ■ L'astérisque \*

L'astérisque s'emploie dans deux cas :

- En appel de note (\*) (\*\*) (\*\*\*). On se limitera en général à trois renvois par page. S'il y en a davantage, on utilisera un système de numérotation, plaçant le nombre en exposant derrière le mot concerné.

La multiplication des notes est propre aux textes savants, aux productions universitaires. La note permet d'apporter une précision, de prendre de la distance, de sourcer une information, sans alourdir le texte principal. Certains auteurs s'en amusent. Et l'on voit des textes dans lesquels les notes de bas de page prennent plus de place que le texte principal. C'est là, alors, que l'essentiel du propos peut se trouver.

Jasper Fforde va plus loin encore en faisant des notes de bas de page un outil de communication entre ses personnages dans sa série *Thursday Next* (il faut dire qu'on peut y entrer dans les livres pour en changer l'intrigue).

- Plus rarement, on utilise l'astérisque comme les points de suspension dans un nom réduit à l'initiale, ou pour remplacer des lettres dans un mot qu'on ne souhaite pas voir écrit littéralement, tout en souhaitant être compris.

Ce dernier usage pourrait être lié au mode d'emploi des moteurs de recherche. L'astérisque y est utilisé pour indiquer qu'il y a une lettre, ou un groupe de lettres, à cet emplacement dans la requête, mais que ce peut être n'importe laquelle.

Il n'y a guère d'ambiguïté dans ce titre de série télévisée par exemple :

*The end of the f\*\*\*ing world*

## ■ La barre oblique /

La barre oblique ou barre transversale est parfois appelée *slash* : un anglicisme arrivé avec l'informatique. La barre oblique a deux usages en ponctuation. On la retrouve dans l'écriture des unités de mesure :

*Il ne faut pas dépasser les 80 km/h sur les routes du département.*

Dans certains cas, il arrive qu'elle remplace le trait d'union, mais cet usage est de plus en plus rare.

### *Ce qu'il faut retenir* |

- ▶▶ La ponctuation peut changer le sens d'une phrase.
- ▶▶ Chaque signe de ponctuation a ses usages, fixés par des conventions.

## Le rythme

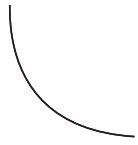
« Il faut que les phrases s'agitent dans un livre comme les feuilles dans une forêt, toutes dissemblables en leur ressemblance. »

Extrait de : *Lettre à Louise Colet* (7 avril 1854), de **Gustave Flaubert**

L'écriture est une question de rythme. Des cavalcades de mots, ou des moments calmes et paisibles. Cela repose évidemment sur les sonorités, mais pas uniquement. Même en prose, le texte obéit à une scansion, à une rythmique, à une forme de mélodie. La maîtrise de ce rythme transforme un texte plat, ou tortueux, en un plaisir de lecture. Et savoir adapter le rythme au sens donne une cohérence à ce que vous écrivez.

Il ne s'agit pas de transformer vos textes en poèmes, ni d'écrire en alexandrins, et encore moins de trouver des rimes. La prose reste de la prose. Mais savoir jouer des rythmes donnera à vos textes ce petit truc en plus qui fera pour de bon la différence entre écrit et bien écrit, sans effet ébouriffant, sans clinquant ni tape-à-l'œil.

Et c'est bien celui ou celle qui écrit qui impose le rythme, sans que le lecteur s'en rende toujours compte. Car le rythme est subtil. Voyons cela ensemble, en détaillant les différents rythmes à notre disposition. Ce sont des outils puissants, et il n'y aura plus ensuite qu'à puiser dans cette boîte à rythmes pour donner de l'allant à vos textes.



## ***Le rythme simple***

Sujet, verbe, complément. C'est le rythme simple de la phrase de base :

*Il mangeait ses tartines.  
Elle regarde par la fenêtre.  
Elle s'est noyée en décembre.*

Utilisé seul, ce rythme crée un effet de monotonie. Il n'est guère entraînant. Associé aux autres rythmes possibles de la phrase, il peut commencer à devenir un effet de style, par contraste.

Au cœur d'un texte aux phrases plus amples, qui utilisent les autres types de rythme, le rythme simple peut apporter un effet saisissant, montrer l'importance du moment.

La simplicité du « Ce fut comme une apparition » de Gustave Flaubert, dans *L'Éducation sentimentale* est l'exemple même de la puissance du rythme simple lorsqu'il marque le contraste avec le mouvement général du texte. La simplicité de la phrase souligne l'importance du moment. C'est la première rencontre entre Frédéric Moreau et M<sup>me</sup> Arnoux, le début du roman, et d'une histoire d'amour qui constitue le cœur de l'éducation sentimentale qui donne son titre à l'œuvre roman. Le tour de force consiste à utiliser la simplicité à bon escient.

*« Ce fut comme une apparition :*

*Elle était assise, au milieu du banc, toute seule ; ou du moins il ne distingua personne dans l'éblouissement que lui envoyèrent ses yeux. En même temps qu'il passait, elle leva la tête ; il fléchit involontairement les épaules ; et, quand il se fut mis plus loin, du même côté, il la regarda.*

*Elle avait un large chapeau de paille, avec des rubans roses qui palpitaient au vent derrière elle. Ses bandeaux noirs, contournant la pointe de ses grands sourcils, descendaient très bas et semblaient presser amoureusement l'ovale de sa figure. Sa robe de mousseline claire, tachetée de petits pois, se répandait à plis nombreux. Elle était en train de broder quelque chose ; et son nez droit, son menton, toute sa personne se découpait sur le fond de l'air bleu. »*

## ***Le rythme binaire***

Lorsqu'on s'intéresse aux rythmes, on note le retour d'éléments grammaticaux syntaxiquement semblables dans une phrase : verbes, groupes nominaux sujets ou compléments, qualificatifs...

Dans le rythme binaire, ces éléments vont par deux. Le rythme binaire peut paraître banal, mais c'est toujours un choix : on peut facilement soit regrouper, soit séparer les éléments pour revenir à un rythme simple. On peut souvent, en y réfléchissant, y ajouter un troisième aspect pour atteindre le rythme ternaire. Il s'agit toujours d'un choix, conscient ou inconscient.

*« Comme je portais un short et un tee-shirt, ce qui est banal aux yeux du monde entier, j'ai bafoué les règles de mon pays, a dit Sadaf Khadem à L'Équipe, en tentant de comprendre cette décision. Je ne portais pas de hidjab, j'étais coachée par un homme... Certains voient ça d'un mauvais œil. » La boxeuse serait accusée d'avoir enfreint la loi iranienne qui oblige les femmes à porter le hidjab, et son entraîneur serait soupçonné de complicité, selon leur attachée de presse. »*  
*(« Trois jours après sa victoire historique, la boxeuse Sadaf Khadem et son entraîneur menacés d'arrestation à Téhéran », Le Monde, 17 avril 2019)*

Le choix du rythme binaire est présent dès la première phrase de l'extrait : « un short et un tee-shirt ». Le rythme binaire est parfait pour dire la banalité, on l'a vu. Puis vient cette phrase exemplaire du rythme binaire : « Je ne portais pas de hidjab, j'étais coachée par un homme... » Ces deux éléments séparés par une virgule ne forment qu'une seule phrase. Un point entre les deux et l'on reviendrait au rythme simple. Enfin, dans la dernière phrase du paragraphe, on trouve deux fois une construction autour du verbe « serait ». Un choix qui souligne le parallélisme de traitement entre la boxeuse et son entraîneur : « La boxeuse serait accusée d'avoir enfreint la loi iranienne qui oblige les femmes à porter le hidjab, et son entraîneur serait soupçonné de complicité. »

Le rythme binaire traduit souvent un équilibre, une harmonie, une équivalence. Mais il peut souligner l'effet contraire : la dualité, l'opposition, le déséquilibre, le choix...



Nous verrons ensuite que dans un mouvement plus complexe, il donnera une assise, une structure aux phrases, en se combinant à d'autres options.

### ***Le rythme ternaire***

On parle de rythme ternaire lorsque trois membres de la phrase ont la même construction. On voit souvent l'usage du rythme ternaire dans la succession de trois compléments, ou de trois adjectifs.

*Enragés, suants, exultants, les voyous s'acharnaient sur le carton éventré.*

C'est un tour classique qu'on retrouve chez les grands auteurs. Dans cette phrase de Chateaubriand, les trois sous-phrases marquent le bilan équilibré d'une vie :

*« Je n'ai plus rien à apprendre, j'ai marché plus vite qu'un autre, et j'ai fait le tour de ma vie. »*

Chateaubriand, *Les Mémoires d'outre-tombe*, 1848.

Ici, dans *Bouvard et Pécuchet* (1881), Gustave Flaubert utilise un rythme ternaire en adéquation parfaite avec la matérialité de ce qu'il décrit.

*« Pécuchet fit creuser devant la cuisine un large trou, et le disposa en trois compartiments, où ils fabriquaient des composts qui feraient pousser un tas de choses dont les détritux amèneraient d'autres récoltes, procurant d'autres engrais, tout cela indéfiniment, et il rêvait au bord de la fosse, apercevant dans l'avenir des montagnes de fruits, des débordements de fleurs, des avalanches de légumes. »*

« Trois compartiments », et logiquement le rythme ternaire final : montagnes de fruits, débordements de fleurs, avalanches de légumes. C'est limpide.

Le rythme ternaire crée soit un effet d'accumulation, soit un effet d'insistance, soit un effet d'accélération au milieu de propositions longues, lorsque le rythme ternaire porte sur des éléments courts.

Effet hérité de l'art oratoire, le rythme ternaire donne une solennité au propos qu'il rend inattaquable. Les présentations de Steve Jobs, le fondateur d'Apple, sont souvent citées en modèle d'efficacité. À la conférence de la WWDC 2008, il a montré une diapositive qui représentait un tabouret à trois pieds pour dire :

*« Comme vous le savez, aujourd'hui, Apple a trois activités :*

*La première, c'est le Mac bien sûr.*

*La deuxième, c'est la musique.*

*La troisième, c'est l'iPhone. »*

Le tour était joué. « *Veni, vidi, vici* », aurait dit Jules César dans un rythme ternaire parfait.

Charles De Gaulle, écrivain et orateur, s'appuyait fréquemment sur le rythme ternaire. Cette phrase complexe tirée de *Mémoires d'espoir* (Plon, 1970) est souvent citée comme un exemple de maîtrise du rythme :

*« Ont beau s'étaler la variété et la qualité des aliments sur toutes les tables et des vêtements sur toutes les personnes, s'accroître le nombre des appareils ménagers dans les logis, des autos le long des routes, des antennes sur les toits, chacun ressent ce qui lui manque plutôt qu'il n'apprécie ce qu'il a. »*

Ici, les rythmes binaires sont enchâssés les uns dans les autres (s'étaler/s'accroître, variété/qualité, aliments/vêtements). S'y ajoute un rythme ternaire : appareils ménagers/autos/antennes. Notez la subtilité : chaque couple de mots commence ou se termine sur un son commun, et les trois groupes de mots du rythme ternaire commencent par un a. Du grand art.

## ***L'accumulation***

L'accumulation consiste à de longues énumérations. Son effet est de montrer la variété de ce qui compose un ensemble. Il sera d'autant plus efficace que dans l'accumulation elle-même, on

trouve de la variété, que ce soit dans la longueur des éléments syntaxiques, dans les niveaux de langue, voire dans les figures utilisées. Exemple :

*« Colosses mutiques ou musculeux nabots au crâne rasé, Tchèques tatoués, anciens dockers de Yokohama ou natifs de Meudon, patronymes imprononçables, accents des antipodes mâtinés d’argot de caserne, mercenaires repentis, Suisses de contrebande ou moines défroqués : combien sont-ils, ces anciens légionnaires établis à demeure, de Bonifacio à Bastia, depuis cinquante ans que l’île cohabite avec la Légion ? »*

*« Heureux comme un légionnaire en Corse », Antoine Albertini, Le Monde, 28 décembre 2018.*

On dépasse ici le rythme ternaire pour une énumération qui semble un moment sans fin. Notez les variations de rythme au sein même de l’accumulation. Elles font partie des éléments qui donnent l’impression de variété, tout comme les contrastes improbables des toponymes ou les niveaux de vocabulaire utilisés, évidemment.

### ***Le rythme croissant***

On parle de rythme croissant lorsque les propositions d’un rythme ternaire, ou d’une accumulation, sont de plus en plus longues, créant un effet d’amplitude.

*« Ô rage ! Ô désespoir ! Ô vieillesse ennemie ! »*

Le rythme ternaire croissant de ce vers de Pierre Corneille est devenu célèbre.

On retrouve un effet comparable dans ce reportage, avec le rythme ternaire croissant en fin de paragraphe :

*« Champs-Élysées. Depuis le 17 novembre, l’évocation du nom de l’avenue parisienne fait apparaître des images différentes de celles auxquelles elle était associée jusque-là. En place des liesses footballistiques ou des regroupements*

*touristiques ont surgi des scènes d'émeutes, des vitrines saccagées  
et des groupes d'hommes encagoulés le poing levé. »*

« *Les Galeries Lafayette Champs-Élysées, au bonheur des millennials* », Marion Vignal, *Le Monde*, 29 mars 2019.

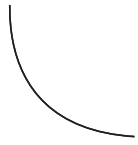
Un rythme ternaire croissant, de plus en plus menaçant remplace un rythme binaire, stable, rassurant : « des liesses footballistiques ou des regroupements touristiques ». Ce qui en renforce l'effet et en souligne le sens.

Concernant le rythme croissant, puis décroissant, je recommande toujours la lecture du poème *Les Djinns*, de Victor Hugo. La forme du texte suit l'arrivée puis le départ au lointain des djinns, il enfle à son paroxysme au moment de leur présence. C'est un exemple magistral des effets de rythme qu'il serait trop long de reproduire ici dans son intégralité, mais que vous trouverez sans peine en ligne. Écoutez le murmure des djinns dans le lointain :

*« Dans la plaine  
Naît un bruit.  
C'est l'haleine  
De la nuit.  
Elle brame  
Comme une âme  
Qu'une flamme  
Toujours suit ! »*

Puis, quelques strophes plus loin, le vacarme des djinns lorsqu'ils sont là :

*« Cris de l'enfer ! voix qui hurle et qui pleure !  
L'horrible essaim, poussé par l'aiglon,  
Sans doute, ô ciel ! s'abat sur ma demeure.  
Le mur fléchit sous le noir bataillon.  
La maison crie et chancelle penchée,*



*Et l'on dirait que, du sol arrachée,  
Ainsi qu'il chasse une feuille séchée,  
Le vent la roule avec leur tourbillon ! »*

La longueur des vers est proportionnelle à l'effet recherché. Et le lecteur est véritablement emporté dans le tourbillon. Impossible d'y résister.

### ***Le rythme décroissant***

Le rythme décroissant suit le mouvement inverse du rythme croissant : l'accumulation va de propositions longues vers des propositions de plus en plus courtes. Son usage est moins naturel, et donc moins fréquent.

*« Sur la place, une masse bruyante, bavarde, agitée, exubérante  
de manifestants énervés, bientôt, juste des grappes s'amaigrissant,  
puis des retardataires isolés, bientôt, personne. »*

C'est la fin de la manifestation, et la phrase suit le rythme décroissant du départ des manifestants. Jusqu'au silence.

### ***Ce qu'il faut retenir*** |

- ▶▶ La maîtrise du rythme permet de donner de la tenue à son style.
- ▶▶ Les rythmes de base sont le rythme simple, le rythme binaire, le rythme ternaire et l'accumulation, selon le nombre d'éléments constitutifs de la séquence rythmique.
- ▶▶ Le rythme est croissant si les éléments sont de plus en plus longs, il est décroissant si les éléments sont de plus en plus courts.

## Chapitre 4

# Le plan



« J'adore quand un plan se déroule sans accroc. »

**Colonel John Smith**, dit « Hannibal », *L'Agence tout risque*

### *Executive summary* |

- ▶▶ Une histoire, des arguments, un raisonnement, un message ? Il vous faudra toujours un plan pour décider de l'ordre dans lequel les phrases s'agencent. En tenant compte de votre lecteur, évidemment : de ce qui l'intéresse, mais aussi du temps d'attention dont il dispose. C'est donc en fonction de votre objectif de communication que le plan s'impose de telle ou telle façon.
- ▶▶ Le plan, c'est aussi décider d'où l'on écrit, dans le temps et dans l'espace. Qui raconte, depuis quel point de vue, et quand ? Derrière le plan, ce sont les fondations du texte, ce qui le structure, lui donne du corps, et de la cohérence.

Souvent, je me lance dans l'écriture sans plan précis en tête, comme un randonneur qui aurait une direction vague, mais aucun moyen de deviner le tracé des chemins. Ce n'est cependant pas la méthode que je recommande à celles et ceux qui écrivent : c'est un coup à arriver ailleurs que là où l'on pensait aller, à perdre beaucoup de temps. Le plan permet d'organiser ses idées, de les enchaîner de manière logique, et d'arriver à un résultat cohérent. Le plan soulignera la progression de sa réflexion. Il offrira la possibilité au lecteur de comprendre où vous l'emmenez, de trouver sa propre route dans votre texte, et d'en mémoriser plus facilement le contenu.

Comme pour le militaire, le plan est affaire de stratégie. Dans le cadre professionnel, on choisira son plan en fonction de son objectif, et parfois de contraintes formelles inhérentes au cadre dans lequel on écrit. Car, oui, le plan ici aussi dépend du terrain de l'exercice.

Il existe des plans recommandés, voire des plans types, pour telle ou telle catégorie de documents. La lettre de motivation, qui accompagne le CV pour une candidature, répond par exemple à des impératifs précis : on recommande un ordre dans lequel se présenter, parler de l'entreprise, des atouts que l'on a, des raisons de la candidature... Au risque que toutes les lettres de motivation se ressemblent et qu'il devienne impossible de marquer sa différence par rapport aux autres candidats. Pourtant, les militaires vous le diront : l'effet de surprise fait aussi partie des bons plans.

Quoi qu'il en soit, on se souviendra que le plan universel n'existe pas. Et qu'un plan n'a pas de valeur en soi, il n'est bon qu'en se mettant au service du propos. Trop souvent, c'est l'inverse qui se passe, et l'on veut coûte que coûte faire rentrer le message dans un plan préétabli.

C'est ainsi qu'on raisonne dans les études supérieures : sur n'importe quel sujet, l'étudiant doit être capable d'établir une problématique, puis un plan en trois parties, elles-mêmes constituées de trois parties, dans une sorte d'équilibre artificiel de la forme qui rende compte de toutes les réalités du monde, de tous les raisonnements.

C'est l'exercice dans lequel sont censés exceller les élèves des classes préparatoires, ceux qui préparent Normale Sup, ou les grandes écoles de commerce.

Les plans sont pourtant beaucoup plus nombreux. Il y a certes ces plans argumentatifs ressassés lors de la scolarité, dont le fameux « thèse, antithèse, synthèse », mais bien d'autres également qui montrent l'ordre dans les idées. Et puis des plans plus adaptés à la communication, comme le plan en pyramide inversée. Reste enfin à savoir d'où l'on parle, pour accompagner le lecteur : la maîtrise du temps et de l'espace qui façonnent les plans efficaces. De quoi trouver une solution à tous les cas que vous pourriez rencontrer.

## Le paragraphe

L'outil principal du plan, quel qu'il soit, est le paragraphe. Les paragraphes sont comme les blocs des jeux de construction des enfants : c'est en les empilant, dans le bon ordre, que l'on peut tout construire. Un navire de guerre, une chaumière, une caserne de pompier, un cheval de Troie. Qu'importe.

Formellement, le paragraphe est une unité de texte séparée du paragraphe suivant par un retour à la ligne, et qui commence parfois, mais pas toujours par un retrait de la première ligne par rapport à la marge. Il est constitué d'une ou plusieurs phrases.

Sur le fond, le paragraphe est normalement constitué d'une idée. Vous pouvez d'ailleurs expliquer aux personnes qui ne reviennent jamais à la ligne que c'est un signe positif : elles ont une idée. Une seule idée, mais c'est déjà ça.

Lorsque le paragraphe est maîtrisé, l'idée est exprimée dans sa première phrase. Les phrases suivantes apportent des précisions, des illustrations. Tant est si bien qu'on pourrait comprendre un texte en ne lisant que la première phrase de chaque paragraphe. C'est évidemment le cas de ce paragraphe, et des trois qui précèdent. Je ne garantis rien pour le reste du livre.



Vous comprendrez aisément dans ce cadre qu'on ne peut pas couper un paragraphe en deux uniquement parce qu'il semble trop long, pour une raison esthétique. Le paragraphe est une unité de sens : si vous passez d'un paragraphe à l'autre, il y a une raison, une raison liée à la réflexion, à ce que vous avez à dire.

Mais alors, quelle serait la longueur idéale du paragraphe ? Celle qui correspond à ce que l'on veut exprimer, non ? Cette réponse n'est pas seulement une façon de botter en touche. (Notez que les paragraphes qui suivent sont des exemples, un paragraphe par exemple, on ne progresse pas dans la réflexion d'un paragraphe à l'autre, mais c'est l'équivalent d'une énumération rédigée).

Lorsque vos paragraphes sont équilibrés, tous de la même longueur, 5 à 7 lignes par exemple, vous dites implicitement le calme, le caractère posé de vos propos. C'est rassurant, le lecteur sait que vous maîtrisez le sujet. Vous l'emportez avec vous.

Un paragraphe de 5 mots ?

Vous réveillez le lecteur avec une rupture de rythme. Vous signifiez aussi, par contraste, l'importance de ce que vous dites. C'est un peu brutal, mais efficace, comme un changement dans les rythmes de phrases.

Vous pouvez préférer des paragraphes beaucoup plus longs : parce que vous avez une idée complexe à développer, par exemple. Dans ce cas, prenez garde : imaginez-vous à la place de votre lecteur. Si un paragraphe long est lisible sur papier, c'est plus difficile à l'écran, en particulier sur l'écran du téléphone portable. Et les textes proposés en ligne sont très souvent lus sur téléphone. Lorsque son écran est totalement rempli de texte, sans qu'il ne voie plus de retour à la ligne, le lecteur peut perdre ses repères de lecture, et se décourager. C'est pourquoi on proposera des paragraphes plus courts pour les textes sur le Web ou dans les applications mobiles. Les circonstances de la lecture influent sur la forme choisie.

Quoi qu'il en soit, une tension sera toujours présente entre l'aspect esthétique et le sens des paragraphes. L'enjeu sera de réussir à concilier les deux sans jamais oublier par qui l'on est lu.

## Ce qu'il faut retenir |

- ▶▶ Le paragraphe est l'élément de base constitutif du plan.
- ▶▶ Un paragraphe est constitué d'une ou plusieurs phrases, séparées du paragraphe suivant par un retour à la ligne.
- ▶▶ Un paragraphe correspond à une idée, exprimée dans sa première phrase. Les phrases suivantes constituent des développements, illustrations, exemples relatifs à l'idée principale.

## Les plans du discours argumentatif

Les premiers plans que l'on apprend à produire, quand on commence à faire des plans, ce sont des plans argumentatifs. En fonction du sujet, et de la façon dont vous voulez le traiter, vous choisirez un type de plan parmi les quatre que j'ai retenus, les plus classiques :

- Le plan dialectique
- Le plan analytique
- Le plan comparatif
- Le plan accumulatif

### *Le plan dialectique*

Vous le connaissez forcément : c'est celui qui est basé sur la construction thèse-antithèse-synthèse. Il est souvent résumé par cet énoncé : je suppose (hypothèse), je pose (thèse), j'oppose (antithèse), je compose (synthèse). La thèse et l'antithèse sont des éléments de contradiction, ils sont assez simples à prendre en compte et reposent le plus souvent sur un de ces schémas :

- Pour ou contre
- Avec ou sans

- Avantages et inconvénients
- Qualités et défauts
- Positif et négatif
- Une affirmation et son contraire

On pose dans une première partie un aspect du problème, dans la deuxième partie son autre aspect, et enfin, dans une troisième, on tente de trouver une position raisonnable qui tienne compte des arguments préalablement développés.

Un exemple ? Si l'on se demande : l'intelligence artificielle est-elle un danger ? On commencera par justifier la question dans l'introduction (c'est l'hypothèse), puis l'on dira en quoi elle constitue un danger (l'argument *Terminator* : l'intelligence artificielle finira par décider de nous détruire) avant d'expliquer en quoi elle permettra des avancées (vive la science : l'intelligence artificielle va résoudre tous nos problèmes). Enfin, dans la synthèse on exposera que l'on a tout intérêt à surveiller tout cela de très prêt pour profiter des bénéfices sans subir les inconvénients. Voilà qui devrait prouver notre capacité à raisonner.

Il ne s'agit pas réellement de prendre position : le plan dialectique doit être vu d'abord comme un jeu de la pensée : pour ou contre, peu importe, on est là pour montrer qu'on sait jouer avec les arguments, et pour dégager d'une opposition une opinion mesurée, qui, le plus souvent, ménage la chèvre et le chou. Il ne s'avère pas très souvent pertinent une fois quittées les salles de classes, mais qui sait...

### ***Le plan analytique***

Le plan analytique est aussi appelé « le plan problèmes-causes-solutions ». Il consiste à bien poser le problème à partir de faits précis, de chiffres. C'est la première partie. Ensuite, vous exposez les causes du problème : mais comment diable en est-on arrivé là ? Enfin, vous proposez des solutions. Un exemple en trois parties ?

*Le problème : La drogue a des conséquences négatives sur les individus.*

*La cause : Des problèmes personnels, liés à des conditions sociales.*

*La solution : La sensibilisation et la répression.*

Et voilà, vous avez résolu le problème de la drogue dans la société grâce à un plan analytique. Évidemment, il conviendrait de développer un peu pour gagner en efficacité. Mais c'est bien là l'atout du plan analytique : il propose une solution. C'est un plan parfait pour une note professionnelle, lorsqu'on vous demande d'exposer comment résoudre tel ou tel problème. Bien entendu, vous pouvez proposer une liste de solutions complémentaires.

### ***Le plan comparatif***

Dans le plan comparatif, il s'agit fort logiquement de comparer deux éléments. Dans une première partie, vous faites le point sur ce qui les rassemble, ce en quoi les deux éléments se ressemblent. Dans une deuxième, vous établissez les différences entre les deux propositions. Enfin, vous proposez une synthèse pour dégager le point de vue final. Qu'est-ce qui l'emporte, les ressemblances ou les différences ? Le plan comparatif appartient au type de plan par confrontation.

Tentons un exercice pratique : mousse au chocolat ou crème brûlée ? Les ressemblances ? Deux desserts, deux classiques qu'on trouve partout. Les différences ? La crème brûlée est presque deux fois plus calorique... Eh, oui. Magnésium, phosphore et zinc dans le chocolat. Calcium dans la crème brûlée, qui est bien plus grasse, aussi. La synthèse : avantage à la mousse au chocolat, donc, mais peut-être qu'un sportif se laissera tenter par la crème brûlée.

Vous pouvez tout à fait combiner plan analytique et plan comparatif. Vous commencez par exposer le problème et sa cause, puis vous comparez deux solutions entre elles : en quoi elles se ressemblent, ce qui les différencie, jusqu'à votre préconisation finale.

## *Le plan accumulatif*

Le plan accumulatif adhère à la thèse qu'il défend. Chaque aspect du problème abordé est commenté, et illustré. Et les parties du plan reprennent chacun des aspects du problème. On n'est pas là pour réfléchir : on est là pour convaincre, pas à pas, argument après argument.

Pourquoi faut-il installer une machine à café dans le bureau ? On va accumuler les raisons, les unes après les autres : convivialité, économie, temps gagné, maintien de l'attention, efficacité au travail... Mais on ne parlera pas d'aigreurs d'estomac, ni de tachycardie, ni de troubles du sommeil, évidemment.

Pour autant, on ne présentera pas les arguments dans n'importe quel ordre, et c'est là que la notion de plan en pyramide inversée intervient.

## *Ce qu'il faut retenir* |

- ▶▶ Les plans du discours argumentatif permettent d'exposer des faits ou de démontrer la validité d'idées.
- ▶▶ Ils sont adaptés à la défense d'une thèse ou à l'expression de choix.
- ▶▶ Ils sont figés et ne tiennent pas compte de l'attention disponible du lecteur.

## La pyramide inversée

Les plans du discours argumentatif souffrent tous du même défaut : lorsque vous les utilisez, vous considérez que votre lecteur va vous lire jusqu'au bout. En effet, ce n'est qu'arrivé à la fin de la démonstration que le lecteur sait quoi penser. Celle ou celui qui a écrit le texte a trop souvent gardé son message pour la fin.

Dans un monde idéal, l'audience aurait le temps de tout lire, de peser les arguments, d'y réfléchir, et de tirer d'une argumentation de quoi enrichir son propre jugement. Ce n'est malheureusement que rarement le cas, et encore moins dans un contexte professionnel standard.

Pour la même raison que je vous ai conseillé d'écrire dense dans le chapitre précédent, il y a peu de chance que vos textes soient lus mot à mot, ligne après ligne, du début à la fin. On a même une idée assez précise du nombre de lecteurs que l'on perd, en moyenne, à chaque paragraphe.

En 2013, Jakob Nielsen a publié une étude sur la façon dont les individus lisent les textes sur le Web. Il s'agit d'Internet, pas du papier, et d'écrans larges, pas celui du téléphone. Cette étude portait sur 1,5 million de fixations oculaires provenant de centaines de sites.

Le résultat est sans appel. Si 81 % des internautes regardent le premier paragraphe, ils ne sont plus que 71 % au deuxième, 63 % au troisième et... 32 % au quatrième ! (Voir ici : <https://www.nngroup.com/articles/website-reading/>) Si cela se produisait sur un texte écrit en choisissant un plan argumentatif, reconnaissez que votre conclusion serait un peu gâchée. Trop peu de gens la liraient.

La plupart des textes, même écrits pour le papier, sont aujourd'hui lus en partie sur écran. Là, une donnée physique bloque la lecture : seuls les premiers paragraphes, voire les premières lignes, apparaissent à l'affichage de la page. Le bas de l'écran est appelé la « ligne de flottaison », et tout ce qui est en dessous n'est visible qu'une fois que l'internaute, ou le mobinaute, a décidé de regarder la page plus avant en faisant remonter le texte du doigt, ou de la souris. Toutes les statistiques de lecture montrent la même chose : ce qui est sous la ligne de flottaison est moins lu.

Nous n'en concluons pas qu'il faut écrire des textes courts. Bien au contraire ! D'autres études montrent que les textes longs sont plus partagés sur les réseaux sociaux, et ils sont mieux référencés. Mais nous tiendrons compte de cette déperdition de l'attention dans la façon de présenter l'information.

La solution est le plan en pyramide inversée. Ce plan est utilisé dans les dépêches d'agence de presse. C'est le plan journalistique par excellence.

Il n'est pas inintéressant d'en connaître l'origine. Car c'est une technologie alors nouvelle qui l'a imposée. Francis Balle le raconte dans *Et si la presse n'existait pas...*, paru chez Jean-Claude Lattès, en 1987 :

*« Ce sont les défauts divers du télégraphe, en même temps que le coût de son utilisation, qui apporteront ses premières règles au journalisme américain. Ce sont elles qui imposent aux correspondants de guerre la grande concision de leur expression. Simultanément, elles les obligent à présenter un résumé succinct de chaque nouvelle, avant d'en énumérer les détails, afin de déjouer dans la mesure du possible les risques d'interruption des liaisons par télégraphe... Ainsi serait-on parvenu au "procédé de la pyramide inversée", qui impose la synthèse avant la présentation des détails : le respect des cinq interrogations de l'amorce, les "cinq W" – Who ? What ? When ? Where ? Why ? [...], enfin la recommandation d'un style à la fois dépouillé et impersonnel. »*

Le télégraphe a permis aux journalistes de se rendre sur le terrain et de gagner un temps précieux pour envoyer leurs informations. Mais, pendant la guerre civile américaine, la technologie souffrait de nombreux ratés, et elle était donc coûteuse. Le journaliste apprit à faire court, et à donner les informations les plus importantes en premier : ainsi, quel que soit le moment où la communication s'interrompait, l'essentiel du message était passé.

L'habitude en est restée dans les agences de presse, et c'est ainsi que l'on rédige la majorité des articles, encore, à l'Agence France Presse ou chez Reuters.

Bien entendu, ce n'est plus à cause du télégraphe. Mais, ainsi conçues, les dépêches sont très pratiques pour les clients des agences de presse : les journaux papier peuvent couper les deux, trois, ou quatre premiers paragraphes pour « remplir » un blanc dans une page, sans avoir à se préoccuper du sens. Ce serait impossible avec un plan argumentatif : en supprimant la fin, on n'en aurait plus l'essentiel.



Deux raisons plaident aujourd'hui encore pour l'adoption du plan en pyramide inversée : le référencement et l'attention.

### ***Le référencement***

Parmi tous les conseils donnés pour la rédaction sur le Web, le choix d'un plan en pyramide inversée est une constante. La raison ? Comme vous allez donner l'information principale en début d'article, les mots-clés que vous allez y utiliser seront les plus importants, ceux qui décriront le mieux votre contenu. Et donc, ce sont ceux que les moteurs de recherche verront en premier. Google, le principal d'entre eux, accorde plus d'importance aux mots du début du texte qu'à ceux de la fin. Bref, quel que soit le sens dans lequel on prend le sujet, le plan en pyramide inversé est le plus adapté au référencement Web. Et l'on sait que pour être lu sur Internet, il faut d'abord être trouvé.

### ***L'attention***

On a vu ci-dessus que le taux de lecture baisse, paragraphe après paragraphe. Même si votre texte est très bon, vous n'avez aucune maîtrise des circonstances dans lesquelles il est lu. Votre lectrice arrive à sa station de métro ? Elle s'interrompt. Le téléphone de votre lecteur sonne ? Il s'arrête de lire. Un mail dans la boîte de réception, le facteur qui dépose un colis... Vous n'avez quasiment aucune chance d'être lu d'une traite, d'un bout à l'autre. Le plan en pyramide inversée vous assure d'avoir fait passer le plus important de votre message, quel que soit le moment de fin de la lecture.

### ***Comment appliquer le plan en pyramide inversée ?***

La première étape consiste à décider quelle est l'information principale, le message à faire passer dans votre texte. Pour déterminer quelle est cette information, on utilise la technique des 5W. Ces cinq W étaient initialement les questions *Who, What, Where, When, Why* (qui,





quoi, où, quand, pourquoi). On y ajoute le cas échéant deux questions complémentaires : *How* (comment) et *How Much* (Combien).

Quelle que soit l'histoire à raconter, l'information à rapporter, on commence par répondre à ces questions.

Attention cependant, il n'y a pas une seule et bonne réponse à chacune de ces interrogations. Il faut faire des choix. Imaginez par exemple que Rafael Nadal l'emporte dans un match contre Roger Federer. Comment répondre à la question « Qui ? ». C'est forcément l'un des deux. Le choix sera fait selon des critères qui peuvent être liés aux lois de proximité. Si j'écris dans un média suisse, je choisirai de raconter que Federer (qui) a été battu par Nadal (quoi, l'action). Le quoi étant forcément un verbe. On applique ici les lois de proximité (voir page 21). Mais je peux choisir de ne pas appliquer ces lois de proximité si c'est la première fois depuis longtemps que Nadal gagne un match. Cette nouvelle peut me sembler plus importante, plus pertinente, et mon information sera donc Nadal (qui) a gagné un match (quoi). C'est ce type de choix qui fait que tous les articles sur le même sujet ne sont pas écrits de la même façon, alors que la réalité décrite est la même.

Les réponses aux questions « Quand ? » et « Où ? » sont relativement simples, et souffrent rarement la discussion.

« Comment ? » C'est déjà plus compliqué, et demande un minimum d'analyse. Ici, Nadal l'aura emporté en jouant de manière plus agressive, par exemple.

« Pourquoi ? » Les raisons ici encore peuvent être multiples. Selon le degré de technicité de son lectorat, on ira plus ou moins loin. Nadal a gagné parce qu'il était le plus fort, ou parce que Federer était blessé, ou fatigué. Ce sont des exemples.

« Combien ? » La question ne se pose pas toujours, mais, avec l'expérience, on sait que les lecteurs sont avides de chiffres, de nombres. Le score est une façon de répondre à la question combien. Mais le temps passé sur le court aussi, ou la somme remportée par le vainqueur à l'issue du tournoi.

Vous voilà donc avec une réponse à chacune des questions. C'est la base du plan en pyramide inversée : les informations qui figureront dans votre tout premier paragraphe, celui qui sera lu par le maximum de personnes. Et vous avez l'assurance de la meilleure efficacité possible en termes de diffusion de l'information. Les réponses au comment, au pourquoi et au combien pourront, si vous le jugez opportun, être utilisées plutôt dans les paragraphes suivants.

Une fois les informations placées dans le premier paragraphe déterminées, il vous reste à sélectionner quoi dire dans les suivants. C'est une affaire de hiérarchisation de l'information : vous irez du plus important au moins important, des généralités vers les détails.

### ***Le cas Blanche-Neige***

Depuis 2005, en formations aux techniques rédactionnelles, je donne un exercice à faire : un cas de mise en pratique de la pyramide inversée. C'est un exercice compliqué. Je demande aux stagiaires de récrire le conte de Blanche-Neige. Nous nous entendons pour nous concentrer sur la version de Walt Disney (le premier long métrage de dessin animé en couleur, 1937).

Afin que l'exercice ait du sens, je leur donne l'information principale : Blanche-Neige vient d'être réveillée par le Prince Charmant. C'est ça l'information, le réveil de Blanche-Neige. Et je leur demande d'écrire un article pour annoncer ce réveil. Un article en pyramide inversée.

Nous commençons par poser les 5W sur le tableau à disposition.

*Qui : Blanche-Neige*

*Quoi : a été réveillée par le Prince Charmant*

*Quand : ce matin*

*Où : dans la clairière*

*Comment : par un baiser*

*Pourquoi : parce que l'amour est plus fort que le maléfice*

*Combien : Un, un seul baiser a suffi*

Toujours, un stagiaire propose une option où le qui est le Prince Charmant et le quoi « a réveillé Blanche-Neige ». Pourquoi pas, mais je considère, à tort ou à raison, que le Prince Charmant est plus un objet secondaire qu'un personnage principal dans cette histoire.

Le premier paragraphe est donc relativement simple. Sans travailler le style, il reprend les informations récoltées :

*Blanche-Neige a été réveillée par un baiser du Prince Charmant ce matin dans la clairière. Un seul baiser a suffi : l'amour a été plus fort que le maléfice.*

Les choses se corsent ensuite. L'habitude est bien ancrée dans l'imaginaire de chacun : l'histoire de Blanche-Neige est toujours racontée dans l'ordre chronologique, un événement après l'autre, comme les choses se passent. Ce n'est pas l'objet du plan en pyramide inversée. Le deuxième paragraphe doit contenir l'information directement la plus importante après le réveil de Blanche-Neige, et ainsi de suite. Il n'y a évidemment pas de corrigé type, mais il y a une erreur commune à ne pas commettre, et je l'ai vue des dizaines de fois. Cette erreur consiste, une fois rédigé le premier paragraphe, à raconter Blanche-Neige depuis le début. Or, la pyramide inversée ne consiste pas simplement à mettre la conclusion en premier. On y applique, paragraphe après paragraphe, les lois de proximité, selon ce qu'on sait de son lectorat.

Le deuxième paragraphe que je propose reprend la motivation de l'histoire. Si l'on en est arrivé là, c'est un drame de la jalousie : celle de la marâtre qui ne supporte pas la jeunesse qui la détrône, la beauté et la fraîcheur de Blanche-Neige. C'est cette beauté que repère le miroir magique lorsqu'il répond à la question « Qui est la plus belle ? ». Cela peut donner un paragraphe de ce type :

*Ainsi se dénoue un drame de jalousie. Par deux fois la marâtre avait tenté de supprimer sa belle-fille, devenue plus jolie qu'elle. D'abord, par son fidèle chasseur qui devait emmener la princesse Blanche-Neige dans les bois et la tuer. Mais l'homme laisse la jeune femme s'enfuir. La Reine retrouvera la Princesse et la fera croquer dans une pomme empoisonnée. À l'issue de sa deuxième tentative, la Reine meurt dans une chute, poursuivie par les animaux de la forêt.*

Et poursuivons par ce que le lecteur a besoin de savoir ensuite. Évidemment, les choix sont discutables. Mais j’imagine que le lecteur voudra savoir comment Blanche-Neige a vécu dans la forêt.

*Après sa fuite, Blanche-Neige a trouvé refuge dans la maison des sept nains. Elle s’occupait du ménage et de la cuisine tandis qu’Atchoum, Joyeux, Prof, Simplet, Timide, Dormeur et Grincheux travaillaient à la mine. C’est dans cette chaumière que la marâtre, transformée en vieille femme par un filtre magique, la retrouva.*

Nous voilà au quatrième paragraphe. Seul un tiers des lectrices et des lecteurs ira jusque-là. Ce n’est pas une raison pour saboter la fin de l’article. Au contraire, les courageux qui ont su rester attentifs méritent une récompense. On appelle la fin de l’article la chute. Il faut qu’elle soit à la hauteur.

*Après son réveil, Blanche-Neige a reconnu le Prince avec lequel elle avait chanté dans la cour du château. Emplie de bonheur et de reconnaissance, elle accepte de l’accompagner. Il se murmure déjà qu’ils se marieront, vivront heureux et auront beaucoup d’enfants.*

L’art de la chute consiste à donner rendez-vous au lecteur et à la lectrice pour de prochains épisodes : l’auteur de l’article ne manquera pas de suivre l’actualité et d’en tenir son lectorat informé. Si l’on n’ouvre pas sur l’avenir, au moins on terminera par une belle formule, en se méfiant de ce qu’on appelle « le coup de pied de l’âne » : la petite formule assassine qui clôt un article, la vacherie finale, le croc-en-jambe de dernière minute. Certains journalistes adorent cela.

### ***Le plan en pyramide inversée selon l’AFP***

Le manuel de l’agencier de l’Agence France Presse contient tout ce qu’un collaborateur de l’agence doit savoir pour travailler. L’ensemble des types d’articles est décrit, et une partie est naturellement consacrée à la pyramide inversée, présentée comme une « règle ancienne mais trop souvent ignorée ».

Pour les journalistes de l'AFP, « une dépêche commence par l'essentiel et va ensuite au moins important, en paragraphes successifs ». L'idée est que les paragraphes puissent « être retranchés, en commençant par la fin, sans que le fond soit dénaturé ». Le premier paragraphe peut être utilisé seul, notamment pour être lu à la radio. Il constitue un ensemble complet avec le deuxième paragraphe qui « apporte des éléments importants qui appuient et complètent le paragraphe d'ouverture ».

Voici un exemple de premier paragraphe d'une dépêche AFP :

*« Des centaines de villages inondés, des cultures perdues et des maisons détruites par dizaines de milliers : le passage du cyclone Amphan a laissé jeudi des scènes de "dévastation inouïe" en Inde et au Bangladesh où il a fait au moins 95 morts, selon un dernier bilan. »*

Et ensuite ? « Nous évoquons brièvement un aspect de l'information au troisième paragraphe et y revenons plus en détail au sixième après avoir mentionné d'autres aspects au quatrième et cinquième », explique l'AFP.

### *Ce qu'il faut retenir* |

- ▶▶ Le plan en pyramide inversée organise les informations de la plus importante à la moins importante en appliquant les lois de proximité.
- ▶▶ Le plan en pyramide inversé répond au problème de l'attention volatile du lectorat.
- ▶▶ Le plan en pyramide inversée est adapté aux impératifs liés au référencement sur le Web.

## Le plan apéro

À force d'expliquer le plan en pyramide inversée en formation, j'en ai inventé une version toute personnelle que j'ai appelé le *plan apéro*. Ce plan permet d'expliquer de quelle façon hiérarchiser l'information.

Imaginez quatre personnes qui prennent l'apéritif ensemble. Ces quatre personnes ont lu votre article. La première s'est arrêtée au premier paragraphe, la deuxième au deuxième, la troisième au troisième, la quatrième, elle, aura tout lu. Nous travaillons pour les besoins de la démonstration à partir d'un article de quatre paragraphes, mais on peut s'arrêter beaucoup plus loin. L'apéro durera alors plus longtemps.

Il importe que la première personne soit en mesure de lancer la conversation. Elle a l'information principale. Les faits. Elle peut dire : « Tu as vu ? Nadal a battu Federer en trois sets hier à Monte-Carlo ». Mais c'est tout, elle n'en sait pas plus.

La deuxième personne va aller plus loin. Elle a lu un paragraphe supplémentaire : « Oui, tout s'est joué au troisième jeu du deuxième set quand Nadal a décoché un coup droit surpuissant ». Sa connaissance du sujet est plus détaillée, son analyse plus fouillée.

La troisième personne peut en rajouter encore : « Pourtant Federer était favori ! Mais il n'avait pas l'air en forme. Peut-être qu'il n'était pas à 100 %. En tout cas, les pronostics ont été déjoués. » C'est en savoir un peu plus. Cette personne a bien fait de lire un paragraphe supplémentaire : elle a l'air plus intelligente. Son effort de lecture est récompensé.

La quatrième personne présente à l'apéro, vous l'avez compris, va avoir un élément complémentaire pour participer à la conversation. Elle n'a rien appris jusque-là et a pu boire son verre tranquillement en mangeant des pistaches. Mais elle sait que les deux joueurs de tennis se rencontreront à nouveau quelques semaines plus tard, sur un autre tournoi et que ce sera l'occasion pour Federer de prendre sa revanche. C'était dans le dernier paragraphe.

Le plan apéro donne un bonus au lecteur à chaque fois qu'il pousse plus loin sa lecture. Et l'objectif est simple : permettre à celui qui a lu le plus d'avoir le plus de choses intéressantes à raconter à l'apéro. On peut l'écrire en pensant à un dialogue entre ceux qui partageront le soir même un bon moment.

### *Ce qu'il faut retenir* |

- ▶▶ Le plan apéro est une variante du plan en pyramide inversée qui place le lecteur au cœur de la démarche.
- ▶▶ En appliquant les lois de proximité, le plan apéro va du plus important au plus détaillé en apportant à chaque paragraphe un élément de compréhension supplémentaire.

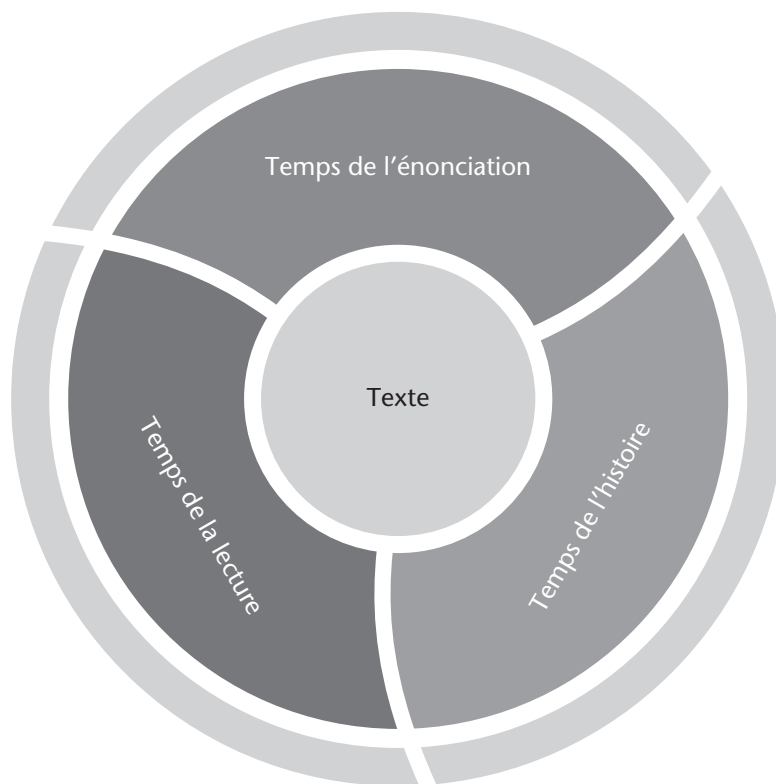
## La chronologie

Le passage du temps est un élément central de la façon de raconter des histoires. Techniquement, on rapporte toujours les faits depuis un point dans le temps. C'est le temps de l'énonciation. Comme une histoire racontée autour d'un verre, tout texte contient, implicitement ou explicitement, le moment de son énonciation, celui où le narrateur parle.

Souvent, l'histoire est déjà passée : on la raconte comme telle. C'est le cas de Blanche-Neige : « Il était une fois... » L'histoire est passée, on sait tout de ce qui va être raconté au moment où l'on raconte. « Tu ne sais pas ce qui m'est arrivé hier ? » C'est le temps le plus classique de la narration. La date en haut d'une lettre, celle de l'envoi d'un mail : l'énonciateur, celui ou celle qui écrit indique « de quand il parle ».

L'écriture est une machine à voyager dans le temps. Si j'écris maintenant, maintenant est ce moment dans lequel j'écris. Lorsque vous lisez ce maintenant, il ne fait pas référence au moment de votre lecture : il vous entraîne au moment de son écriture. Si mon personnage, né en 1870, dit : « maintenant, je vais prendre mon destin en main ». Ce maintenant est un maintenant du tournant du xx<sup>e</sup> siècle. Ce n'est plus celui de l'écriture mais celui du récit, de l'histoire. Vous avez compris, maintenant ? (Oui, ce dernier maintenant fait référence au moment où vous lisez... Vertigineux, non ?).

### Les trois temps du discours



Trois temps se superposent dans un texte. Le temps de l'énonciation, c'est le temps dans lequel le texte est écrit. Le temps de l'énonciation d'un courrier, d'un e-mail, d'une note de service, est généralement le moment de son écriture. Mais le temps de



l'énonciation est choisi : il peut être fictif. L'histoire est racontée depuis un moment dans l'histoire, avant, pendant ou après, et cela va avoir une incidence sur la façon dont les choses vont être racontées. Le plus souvent après que l'histoire racontée a eu lieu. Il est parfois clairement indiqué : « j'écris ce texte 50 ans après les faits ». Le temps de l'histoire, c'est le temps tel qu'il se déroule à l'intérieur de ce qui est raconté. Et le temps de la lecture, c'est celui du moment où le texte est lu. Ces trois temps se superposent, et, le cas échéant, se jouent les uns des autres.

Certains genres jouent clairement sur ces différences temporelles. J'écris une lettre à n'ouvrir qu'après ma mort. Le temps de l'écriture (moi vivant) et le temps de la lecture (moi mort) sont établis. Ce que je raconte se passe à un moment antérieur au temps de l'écriture, ou même postérieur (ce sont alors des prédictions, des suppositions).

Une note de service qui annonce comment il conviendra de procéder à partir du 1<sup>er</sup> juillet prochain raconte une histoire qui aura lieu, depuis un moment forcément antérieur, et le temps de la lecture se situe vraisemblablement entre les deux.

Si l'on n'a pas toujours le choix du temps de l'écriture, on a toujours celui du temps de l'histoire par rapport au temps de l'énonciation. Imaginons que je veuille raconter l'histoire du premier pas de l'homme sur la lune. L'histoire a un temps donné : le premier pas se déroule précisément lundi 21 juillet 1969 à 3 h 56 (heure française). Je peux choisir le moment de l'énonciation. Celui-ci peut être simultané : c'est le temps du commentaire en direct, commentaire que je peux tout à fait écrire aujourd'hui. Je peux raconter la veille comment les choses vont se passer. J'aurais d'autant moins de mal à l'imaginer que je sais, au moment de l'écriture, comment elles se sont réellement passées. Mais je peux aussi choisir d'écrire comment ce premier pas s'est passé bien plus tard, en mettant cette histoire dans la bouche d'un narrateur en 1979. Ou en 2019, voire en 2069... J'ai cette liberté.

La conscience que l'on a en écrivant de ces trois temps est primordiale pour un texte réussi. C'est un rouage essentiel des techniques rédactionnelles. La prise en compte du temps de l'histoire permet notamment de gérer avec précision les différents fils temporels du récit.

### ***Les fils temporels du récit***

L'axe chronologique « pur » est difficile à tenir : il nécessite de ne jamais annoncer ce qui se passera ni rappeler ce qui s'est passé à un autre moment du récit que celui de l'événement. Si c'est celui des contes de fées, des histoires pour enfants, il s'avère souvent trop simple pour les récits complexes.

Là, on a besoin de rappeler à un moment des faits antérieurs au cour principal de l'histoire, ou d'annoncer les objectifs qu'on se fixe, le résultat qu'on atteindra. Le récit est fait du temps de l'histoire qu'on raconte, parfois de plusieurs récits, et d'allers et retours dans le temps à partir de ce ou ces récits principaux. C'est le choix lorsqu'on rappelle l'historique d'un projet après sa présentation lors d'une inauguration, par exemple.

La littérature abonde d'exemples de ce genre.

*Gaufre royale* est un petit roman noir de Max Obione. Quand le roman s'ouvre, le héros fait la queue devant la marchande de gaufres sur la digue de Villers-sur-Mer. Ses pensées divaguent... Le roman se termine lorsque vient le tour de l'homme d'avoir sa gaufre. Entre temps, ça aura été toute une histoire, faite des réflexions de celui qui attend son tour.

Deux outils d'écriture permettent de « jouer » avec l'axe chronologique : l'analepse et la prolepse.

#### ■ **Analepse**

L'analepse est l'équivalent pour le récit de ce qu'est le flash-back au cinéma. Un retour en arrière.



## ■ Prolepse

La prolepse est le contraire de l'analepse. Il s'agit de décrire un événement qui aura lieu après le temps de l'histoire. Selon Gérard Genette la prolepse désigne :

*« Toute manœuvre narrative consistant à raconter ou évoquer d'avance un événement ultérieur (au point de l'histoire où l'on se trouve). »*

*Figure III, Le Seuil, 1972.*

Un exemple ?

*Il travaillait nuit et jour. L'année suivante, il aura son diplôme.*

Dans le temps de l'histoire, on est au moment où le candidat travaille dur. La prolepse nous propulse dans le futur, où l'on voit les fruits du travail.

La première phrase de *Cent ans de solitude*, de Gabriel García Márquez, est un des exemples les plus célèbres de prolepse :

*« Bien des années plus tard, face au peloton d'exécution, le colonel Aureliano Buendia devait se rappeler ce lointain après-midi au cours duquel son père l'emmena faire connaissance avec la glace. »*

Fixer ainsi le temps du récit, et ce qui se passera ensuite, constitue un véritable tour de force technique.

Prolepse et analepse constituent l'armature de quelques-unes des plus belles chansons de Francis Cabrel. Réécoutez « Un simple coup du sort » ou « Je rêve ». Prenons, par exemple, la première strophe de cette deuxième chanson.

*« Le vent a fait s'approcher les nuages  
Il fait gris au-dessus des plages  
Et la mer a l'air triste aussi  
Le ciel n'est plus qu'un long tissu de brume  
Il va faire une nuit sans lune  
Et demain je n'aurai pas dormi »*



L'ordre au premier coup d'œil pourrait sembler simplement chronologique, mais un point du temps de narration est bien fixé : « Il fait gris ». Nous en sommes là. Avant cela, nous avons une analepse, un événement qui précède le temps, présent, de l'histoire : « Le vent a fait s'approcher les nuages ». Et ensuite, c'est une prolepse : « Il va faire une nuit sans lune / Et demain je n'aurai pas dormi ». Le tour de force, ici, est de nous faire voyager dans le temps, à partir du point fixe où l'histoire est racontée, en aussi peu de mots.

### ***Le rythme du récit***

La façon d'étirer le temps est la base du dispositif d'écriture. Le compte rendu de réunion est plus ou moins long à lire que la réunion elle-même, selon ce qu'on y met. Le roman tout entier peut être contenu dans un moment court, et pourtant raconter des siècles d'histoire dans un battement de paupière...

L'axe temporel classique est l'ordre chronologique : on raconte les événements dans l'ordre dans lequel ils ont eu lieu. C'est l'ordre du conte de fées, celui de Blanche-Neige lorsqu'on n'y applique pas le plan en pyramide inversée.

On s'appuie alors sur le jeu entre le temps de la lecture et le temps de l'histoire : combien de temps pour lire le temps qui se déroule dans le récit ? Celui qui écrit décide de la façon dont le temps passe. La liberté est totale d'étirer ou de raccourcir, de grossir ce qui se passe en une seconde, de réduire à une phrase des siècles d'histoire. L'exercice est poussé par James Joyce jusqu'à proposer avec *Ulysse* un livre en temps réel : il faut 24 heures pour lire 24 heures d'une journée de Leopold Bloom. Dans un genre bien différent, il faut 24 heures, aussi, pour regarder une saison de la série *24 heures chrono*.

Le roman de Georges Simenon *Le Bourgmestre de Furnes* commence par deux minutes décrites avec un sens du détail édifiant. Deux minutes, et le personnage principal est là, devant le lecteur.

C'est la maîtrise technique du temps qui permet à l'auteur de planter le décor. Avec minutie, c'est le cas de le dire. Jugez plutôt. Il devrait vous falloir pile deux minutes pour lire ces deux minutes.

*« Cinq heures moins deux. Joris Terlinck, qui avait levé la tête pour regarder l'heure à son chronomètre qu'il posait toujours sur le bureau, avait juste le temps devant lui.*

*Le temps d'abord de souligner au crayon rouge un dernier chiffre et de refermer un dossier dont le papier bulle portait la mention :*

*“Projet de devis pour l'installation de l'eau et en général pour tous les travaux de plomberie du nouvel hôpital Saint-Éloi.”*

*Le temps ensuite de repousser un peu son fauteuil, de prendre un cigare dans sa poche, de le faire craquer et d'en couper le bout à l'aide d'un joli appareil nickelé qu'il tira de son gilet.*

*La nuit était tombée, puisqu'on était à la fin novembre. Au-dessus de la tête de Joris Terlinck, dans le cabinet du maire de Furnes, tout un cercle de bougies étaient allumées, mais c'étaient des bougies électriques, plaquées de fausses larmes jaunes.*

*Le cigare tirait bien. Tous les cigares de Terlinck tiraient bien, puisque c'était lui le fabricant et qu'il se réservait une qualité spéciale. Le tabac allumé, le bout humecté et soigneusement arrondi, il restait à sortir le fume-cigare en ambre de son étui qui faisait en se refermant un bruit sec très caractéristique – des gens, à Furnes, reconnaissaient la présence de Terlinck à ce bruit-là !*

*Et ce n'était pas tout. Les deux minutes n'étaient pas usées. De son fauteuil, en tournant un peu la tête, Terlinck découvrait, entre les rideaux de velours sombre des fenêtres, la grand-place de Furnes, ses maisons à pignon dentelé, l'église Sainte-Walburge et les douze becs de gaz le long des trottoirs. Il en connaissait le nombre, car c'était lui qui les avait fait poser ! Par contre, personne ne pouvait se vanter de connaître le nombre de pavés de la place, des milliers de petits pavés inégaux et ronds qui paraissaient avoir été dessinés consciencieusement, un à un, par un peintre primitif.*

*Sur tout cela, une fine buée, blanchâtre autour des réverbères ; par terre, bien qu'il n'eût pas plu, une sorte de vernis, de laque faite de boue bien noire qui gardait en relief les traces des roues de charrettes.*

*Encore une demi-minute à peine. Le nuage de fumée s'étirait autour de Terlinck. À travers, il voyait, au-dessus de la cheminée monumentale, le fameux portrait de Van de Vliet avec son costume extraordinaire, ses manches à gigot, ses noeuds de rubans et des plumes à son chapeau. Est-ce que Joris Terlinck n'adressait pas un clin d'œil à son ancien ? Battait-il simplement des paupières parce que la fumée le picotait ?*

*Il aurait pu, là, de sa place, annoncer qu'un mouvement d'horlogerie se tendait, se mettait en branle, d'abord au-dessus de lui, dans la tour de l'Hôtel de Ville où une horloge au son grave allait laisser tomber ses cinq coups ; puis, avec un décalage d'un dixième de seconde, dans le Beffroi d'où s'échapperait la ritournelle du carillon.*

*Alors il regardait, à l'autre bout du vaste cabinet, une porte qui se confondait avec les lambris sculptés. Il attendait le grattement, le toussotement et il prononçait :*

*– Entrez, monsieur Kempenaar ! »*

*Le Bourgmestre de Furnes, Georges Simenon, Gallimard, 1939.*

Une telle adéquation entre le temps de l'histoire et le temps de la lecture ne se trouve que rarement sur une telle longueur. Qui se plongerait dans la vie entière d'un personnage qu'il faudrait une vie entière à lire ? Mais, à chaque fois que vous lisez un discours rapporté, au style direct, vous pouvez considérer qu'il s'agit de cette adéquation.

Ce temps du récit qui correspond à celui de ce qui est rapporté à un nom en narratologie, la science des histoires : c'est la scène.

Il peut arriver que le temps aille encore plus lentement, voire qu'il s'arrête totalement. C'est une pause. Votre récit fait une pause lorsque vous l'interrompez le temps d'une description statique.

Lorsqu'une partie de l'histoire est racontée de manière plus succincte que le reste du récit, on parle d'un sommaire. On raconte les choses de manière sommaire.

Gérard Genette parle ainsi du début du chapitre 6 de *L'Éducation sentimentale* de Gustave Flaubert : c'est pour lui « un récit sommaire », alors que l'auteur vient de décrire minutieusement

pendant des pages et des pages la moindre action de son héros, le chapitre 6 accélère d'un coup les choses :

*« Il voyagea.*

*Il connut la mélancolie des paquebots, les froids réveils sous la tente, l'étourdissement des paysages et des ruines, l'amertume des sympathies interrompues.*

*Il revint.*

*Il fréquenta le monde, et il eut d'autres amours encore. Mais le souvenir continuel du premier les lui rendait insipides ; et puis la véhémence du désir, la fleur même de la sensation était perdue. Ses ambitions d'esprit avaient également diminué. Des années passèrent ; et il supportait le désœuvrement de son intelligence et l'inertie de son cœur. »*

*L'Éducation sentimentale, Gustave Flaubert, 1869.*

Des années entières sont évacuées ainsi, comme une parenthèse sans vraiment d'importance. L'expert en temps perdu, Marcel Proust, voyait dans ce passage « la chose la plus belle de *L'Éducation sentimentale* » (Marcel Proust, « À propos du "style" de Flaubert » La NRF, n° 76, 1<sup>er</sup> janvier 1920)

Et, lorsqu'on va jusqu'à faire l'impasse sur une partie du temps, où l'on ne raconte pas ce qui se passe, on utilise une ellipse.

L'ellipse est facilement marquée par un repère temporel, comme au début du deuxième chapitre de *L'Assommoir* d'Émile Zola. Le premier chapitre raconte comment le père des enfants de Gervaise la quitte et comment elle se retrouve seule, sans argent, avec ses deux garçons de 4 et 8 ans. Fin de chapitre, début du chapitre suivant :

*« Trois semaines plus tard, vers onze heures et demie, un jour de beau soleil, Gervaise et Coupeau, l'ouvrier zingueur, mangeaient ensemble une prune, à l'Assommoir du père Colombe. Coupeau, qui fumait une cigarette sur le trottoir, l'avait forcée à entrer, comme elle traversait la rue, revenant de porter du linge ; et son grand panier carré de blanchisseuse était par terre, près d'elle, derrière la petite table de zinc. »*

*L'Assommoir, Emile Zola, 1877.*

De ce qui s'est passé durant ces trois semaines, on ne sait rien, en tout cas, pas tout de suite. Le choix des moments qui sont racontés, de ceux qui ne le sont pas constituent l'armature temporelle du récit.

La quantité de texte que l'on accorde à chaque élément de ce que l'on raconte va constituer le rythme du récit. Une étude sur l'évolution du roman populaire montrerait sans doute que le rythme du récit est allé en s'accéléralant. On pourrait résumer cela en un constat : moins de description, plus d'action. Et, sur la même période, la littérature supprimait l'action du roman, voire les personnages, pour un rythme différent. Tout est possible, selon ce qu'on désire dire ou raconter.

On use de ces techniques du rythme de récit dans les rapports professionnels, dès que l'on met en perspective des événements. Des méthodes qui sont utilisées dans la fiction le sont également dans l'écriture de la réalité.

### ***Les temps (conjugaisons) du discours***

La maîtrise du déroulement du temps dans le texte demande une maîtrise précise des conjugaisons, les temps des verbes. C'est l'occasion de quelques rappels.

On appelle présent de narration le temps du discours. Le « temps » de base est le présent de l'énonciation. C'est un subterfuge : l'énonciateur fait « comme si » le texte apparaissait au fur et à mesure qu'il est lu, et le lecteur accepte de jouer le jeu.

On peut ainsi raconter une histoire comme elle se déroule : celui qui raconte vit une chose, puis une autre, puis une autre encore, jusqu'à la fin de l'histoire. Le présent de narration donne facilement cette illusion.

Les faits antérieurs à ce présent sont rapportés au passé composé ou à l'imparfait. Les événements à venir sont au futur. Un exemple ?

*Je me lève. Nous nous sommes couchés tard : tu dors encore. Tu te réveilleras vers midi.*



Le moment de l'énonciation est celui où je me lève. Le coucher est du passé. « Ton réveil » du futur. Le narrateur tient une ligne de temps au présent. Et toute la difficulté est là : déjà le temps passe.

*Je suis debout. Il n'y a pas un bruit. Je fais un premier pas.*

Le présent de narration racontait tout à l'heure « je me lève », mais c'est du passé, maintenant, puisque je suis debout. Le lecteur accompagne l'action, et le point du moment présent accompagne la lecture.

Le « récit », qui consiste à raconter ce qui s'est déjà passé, a pour lui le passé simple : c'est son « temps » de base. Mais on utilise plus souvent l'imparfait : le passé simple tombe petit à petit en désuétude. Le futur est *a priori* totalement exclu puisque le récit rapporte des événements qui ont déjà eu lieu. L'ordre des énoncés simule l'ordre chronologique des événements.

On peut cependant faire le choix du présent de narration pour le récit : cela fonctionne toujours et implique plus intensément le lecteur dans l'action.

Retenez en tout cas l'importance de vous demander d'où vous écrivez dans le temps, de quel moment votre histoire est racontée. Qu'il s'agisse d'une scène ou d'un compte rendu de réunion, cette attention au moment changera votre façon d'écrire.

D'où l'importance de parfaitement maîtriser la concordance des temps. Un petit rappel ?

Dans un texte au présent, la concordance des temps est simple, en fonction de ce qu'on veut exprimer on dira :

*Je m'imagine (présent) qu'il est en route (présent).*

*Je m'imagine (présent) qu'il était en route (imparfait).*

*Je m'imagine (présent) qu'il sera en route (futur).*

*Je m'imagine (présent) qu'il serait en route (conditionnel présent).*

Les temps composés expriment l'antériorité par rapport à un moment donné, qu'il soit passé ou à venir. C'est là que ça se corse parfois :

*Je dis ce que j'ai pensé. (antériorité)*

*Je disais ce que j'avais pensé. (antériorité dans le passé)*

*Je te dirai ce que j'aurai pensé. (antériorité dans le futur)*

*Il cria dès qu'il eut vu le résultat. (antériorité dans le passé)*

Au point où nous en sommes, on peut vouloir exprimer la postériorité en employant le conditionnel présent :

*J'ai pensé qu'elle parlerait de lui.*

*Je pensais qu'elle parlerait de lui.*

Les choses peuvent se passer en même temps, et on peut exprimer la simultanéité en employant l'imparfait de l'indicatif :

*Je pensais qu'elle parlait de conjugaison.*

*Je sus qu'il imaginait un plan diabolique.*

Enfin, on a encore besoin du passé simple dans les subordonnées pour exprimer la brièveté :

*Je sus qu'il pensa à elle toute la journée.*

*Je sus qui elle était dès qu'elle franchit la porte.*

## *Ce qu'il faut retenir* |

- ▶▶ Trois temps coexistent dans un texte :
  - Le temps de l'énonciation, le temps dans lequel le texte est écrit.
  - Le temps de l'histoire, le temps tel qu'il se déroule à l'intérieur de ce qui est raconté.
  - Le temps de la lecture, celui du moment où le texte est lu.

- ▶▶ L'analepse est au récit ce que le flash-back est au cinéma : un retour en arrière dans la narration.
- ▶▶ La prolepse est le contraire de l'analepse. On avance jusqu'à un événement qui aura lieu après le temps de l'histoire.
- ▶▶ Le rythme du récit peut être plus rapide (sommaire) ou plus lent (pause) que le rythme de l'action décrite. Il peut arriver également que le temps de l'action décrite et le temps de la lecture coïncident.
- ▶▶ Une ellipse permet de « sauter » des événements : c'est comme un blanc dans le récit, un temps de l'histoire qu'on ne raconte pas dans la narration.

## L'espace

Si une histoire est racontée d'un moment dans le temps, elle l'est aussi d'un lieu dans l'espace, et d'un certain point de vue. Où suis-je lorsque je raconte quelque chose ? On peut prendre modèle sur la caméra au cinéma, et ses mouvements. Le jeu vidéo, aussi, offre ce type de choix : le FPS, *first personal shooter*, place le joueur dans la peau de son avatar. Ce n'est pas le cas dans un jeu de stratégie si l'on surplombe le champ de bataille et que l'on peut intervenir d'un bout à l'autre.

On parle du point de focalisation. Et l'on doit ce concept à Gérard Genette, encore, qui le détaille dans son livre *Figure III*. C'était avant le jeu vidéo, et Genette se concentre sur les questions liées à la façon de raconter des histoires.

Gérard Genette distingue la focalisation omnisciente (ou zéro), la focalisation externe et la focalisation interne. Ce sont trois façons différentes de placer le narrateur par rapport à ce qui est raconté.

## ***Focalisation omnisciente, ou « zéro »***

C'est un point de vue supérieur, celui d'un narrateur démiurge, qui sait tout sur les personnages, ce qu'ils voient, ce qu'ils pensent. C'est donc une focalisation totale, subjective et exhaustive.

Le narrateur est capable de dire ce qui se passe simultanément dans plusieurs lieux : il a accès à tous les aspects de ce qui est raconté. Il est partout à la fois, ou plus exactement là où il choisit d'être, sans limitation de possibilités.

Le lecteur en sait plus que chacun des personnages. C'est le point de vue qu'on retrouve dans le roman classique, comme dans cet extrait de *L'Assommoir* d'Émile Zola (1877) :

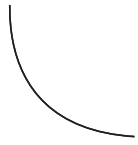
*« Gervaise, énorme, tassée sur les coudes, mangeait de gros morceaux de blanc, ne parlant pas, de peur de perdre une bouchée ; et elle était seulement un peu honteuse devant Goujet, ennuyée de se montrer ainsi, gloutonne comme une chatte. Goujet, d'ailleurs, s'emplissait trop lui-même, à la voir toute rose de nourriture. Puis, dans sa gourmandise, elle restait si gentille et si bonne ! Elle ne parlait pas, mais elle se dérangeait à chaque instant, pour soigner le père Bru et lui passer quelque chose de délicat sur son assiette. C'était même touchant de regarder cette gourmande s'enlever un bout d'aile de la bouche, pour le donner au vieux, qui ne semblait pas connaisseur et qui avalait tout, la tête basse, abêti de tant bâfrer, lui dont le gésier avait perdu le goût du pain. »*

## ***Focalisation externe***

La focalisation externe est un choix bien différent : le narrateur voit tout de l'extérieur, comme une caméra qui n'enregistre que les actions ou comme un témoin assistant à l'action.

Il n'y a pas de justification, la narration reste totalement neutre et objective. Le narrateur ignore ce qui se passe dans la tête du personnage.

Le personnage est supérieur au lecteur : le lecteur n'a accès qu'à la surface des choses, alors que les personnages en savent plus que



lui. C'est un point de vue plus journalistique, où l'auteur se limite à ce qu'il peut voir, entendre, sentir.

Il en va ainsi de cet extrait du *Tour du monde en quatre-vingts jours*, de Jules Verne (1872) :

*« Phileas Fogg avait quitté sa maison de Saville-row à onze heures et demie, et, après avoir placé cinq cent soixante-quinze fois son pied droit devant son pied gauche et cinq cent soixante-seize fois son pied gauche devant son pied droit, il arriva au Reform-Club, vaste édifice, élevé dans Pall-Mall, qui n'a pas coûté moins de trois millions à bâtir.*

*Phileas Fogg se rendit aussitôt à la salle à manger, dont les neuf fenêtres s'ouvraient sur un beau jardin aux arbres déjà dorés par l'automne. Là, il prit place à la table habituelle où son couvert l'attendait. Son déjeuner se composait d'un hors-d'œuvre, d'un poisson bouilli relevé d'une « reading sauce » de premier choix, d'un roastbeef écarlate agrémenté de condiments « mushroom », d'un gâteau farci de tiges de rhubarbe et de groseilles vertes, d'un morceau de chester, – le tout arrosé de quelques tasses de cet excellent thé, spécialement recueilli pour l'office du Reform-Club. »*

## **Focalisation interne**

Le narrateur fait corps avec un personnage : il perçoit, et restitue, ce que le personnage ressent.

La « caméra » est subjective et forcément incomplète : ce qui est raconté dépend de ce que perçoit le personnage qui raconte l'histoire. Le lecteur a parfois accès au monologue intérieur du personnage-narrateur.

Le lecteur en sait autant que le personnage. Il en va ainsi dans ce court passage du roman *Pauline*, d'Alexandre Dumas (1838) :

*« Je dormais depuis deux heures à peu près, lorsque je fus réveillé par le bruit d'une porte qui se refermait en grinçant sur ses gonds et en battant la muraille. J'ouvris d'abord les yeux tout grands, comme il arrive lorsqu'on*

*est d'un sommeil inquiet. Puis je me levai aussitôt en prenant la précaution instinctive de me cacher derrière mon pilier. Mais j'eus beau regarder autour de moi, je ne vis rien, je n'entendis rien. Cependant je n'en restai pas moins sur mes gardes, convaincu que le bruit qui m'avait réveillé s'était bien réellement fait entendre et que l'illusion d'un rêve ne m'avait pas trompé. »*

Les informations disponibles à la lecture sont les mêmes que celles dont dispose le personnage. Rien de tel pour faire tourner l'imagination à plein régime.

### ***La personnalisation***

Si la focalisation permet de savoir « qui » raconte, elle n'est géographique que dans le cas de la focalisation interne : lorsque ce qui est montré au lecteur l'est depuis les sensations d'un personnage. Une astuce de la focalisation interne permet d'avoir accès à n'importe quel point de vue, celui d'un animal ou d'un objet : c'est la personnalisation.

La technique est utilisée en journalisme, notamment, pour produire des contenus plus originaux qu'une restitution « classique ». On peut ainsi raconter une histoire vue par les yeux d'un objet ou ceux d'un animal. La reproduction du *Scribe accroupi* dans la vitrine de la boutique du musée du Louvre a une vision très particulière de l'activité économique du musée. On peut la lui faire dire dans un article, et donner ainsi toutes les informations sur un mode plus ludique, plus riche même, que si l'on interrogeait, pour la millième fois, le ou la responsable des ventes.

On a pu lire dans *Le Courrier de l'Eure*, en 2001, l'interview d'un escargot, sous le titre « Octave en bave ». Octave, un escargot gris, y raconte sa vie sous toutes ses coutures. Interrogé par le journaliste Xavier Sartre, Octave dévoile notamment les détails de sa vie sexuelle : c'est que la reproduction des escargots est exceptionnelle. Il raconte :

« *L'accouplement dure dix heures en moyenne, avec quatre heures de parade et six heures pour l'acte en lui-même. Puis nous repartons chacun de notre côté. Alors nous devenons femme pour libérer l'ovule pour qu'il soit fécondé.* »

Octave en bave, Xavier Sartre, *Courrier de l'Eure*, 1<sup>er</sup> août 2001.

Qui mieux qu'Octave pour témoigner ?

### ***Poser la caméra***

Quelle que soit votre choix en termes de focalisation, lorsque vous racontez quelque chose, il convient de « planter votre caméra » quelque part. Le point de vue est capital pour fixer le lecteur ou la lectrice et donner à voir. Aucune description, aucune scène ne devrait être écrite sans ce souci-là : d'où est-elle vue ?

La caméra peut être fixe, et le texte une succession de plans. C'est le cas du début du roman de Simenon déjà cité, *Le Bourgmestre de Furnes*. La première scène a lieu dans le bureau du bourgmestre, elle est décrite à travers son regard. Georges Simenon procède ensuite à un changement de point de vue, clairement indiqué dans le texte lui-même.

« *Du milieu de la grand-place on les voyait très bien, Terlinck installé dans sa fumée, l'autre debout à quelques mètres, son dossier à la main, et chacun savait à Furnes que c'étaient le bourgmestre et le secrétaire, chacun savait aussi que ce dernier aurait un mauvais moment à passer.* »

D'un coup, le lecteur est passé de l'intérieur du bureau à un point de vue plus lointain, celui qu'aurait sur la scène un passant s'arrêtant sur la place.

On peut s'exercer à réécrire une scène, vue d'une fenêtre ou du trottoir qu'elle surplombe, de l'estrade ou du dernier rang de la classe. Cette façon de choisir son point d'ancrage, qu'on emprunte au cinéma, permet également l'action : si le point d'où l'on décrit se déplace, comme dans un *travelling*. Ce peut être une ville vue par



qui la traverse en automobile, le paysage découvert par le passager du train.

Lors de la rédaction d'un texte, la cohérence et la maîtrise de la géographie et de la chronologie offrent une structure d'ensemble forte qui fait « tenir » une production. Point n'est besoin de souligner cette armature, elle peut être invisible, mais elle donne à la lecture un cadre dans lequel tout peut être dit.

Ces techniques mises en œuvre dans la fiction ont leur place dans n'importe quel écrit qui rend compte d'événements, passés, présents ou à venir. Du compte-rendu au projet professionnel en passant par le mémoire de fin d'étude ou l'article de journal interne, toute production écrite peut gagner à l'attention que l'on porte à ces éléments.

## *Ce qu'il faut retenir* |

- ▶▶ Toute narration s'appuie sur un choix de focalisation :
  - La focalisation omnisciente permet d'avoir accès à tous les aspects de la réalité.
  - La focalisation externe donne à voir la réalité en tant qu'observateur, de manière journalistique.
  - La focalisation interne permet de rendre compte des événements du point de vue d'un de leurs acteurs.
- ▶▶ La personnalisation permet de prêter une conscience à un objet ou un animal et d'y appliquer la focalisation interne.
- ▶▶ Enfin, il est important, dans une description, d'avoir en tête l'endroit où l'on « plante sa caméra », afin de rendre compte des choses depuis un point de vue maîtrisé.



## Chapitre 5

# La titraïlle



« Vous n'aurez jamais une deuxième chance de faire une bonne première impression. »

**David Swanson**

### *Executive summary* |

- ▶▶ Le texte n'existe jamais seul. Il porte un titre, il est mis en valeur par un chapô, des intertitres... Autant d'éléments qui poussent le lecteur à se plonger dans la lecture.
- ▶▶ La maîtrise de la titraïlle est une condition indispensable pour séduire ou convaincre lectrices et lecteurs de se plonger dans vos textes.

Qu'entend-on par titraïlle ? Le titre, évidemment, mais pas seulement. Pour une définition en creux, on dirait tout le texte qui n'est pas l'article : le surtitre, le chapô, la légende, l'exergue, l'intertitre, le sous-titre, mais pourquoi pas, aussi, les éléments qui accompagnent le texte lorsqu'il est partagé sur les réseaux sociaux, ou indexé par les moteurs de recherche. C'est en tout cas le choix que je ferai ici.

La titraïlle, c'est ce qui va rendre le texte lisible, parce que l'attention aura été attirée vers le contenu.

Bien sûr, il n'y a pas que l'article qui fait appel à la titraïlle, mais tous les documents ont un titre, ou un objet, et, à l'intérieur de chacun, des titres de parties, de sous-parties, et là encore d'autres éléments, aussi profonds que l'on rentre dans le document. Je vais tenter dans les lignes qui suivent de balayer un nombre maximal de cas, et vous donner des conseils qui pourront s'appliquer à vos textes quels qu'ils soient.

## L'art de titrer

Le titre, c'est la carte de visite de votre texte. Souvent, hélas, ce sera la seule chose que lira un potentiel lecteur. D'autant plus si le titre ne sait pas le séduire, s'il le repousse. Le titre, on le comprend immédiatement, a deux fonctions qui seront parfois contradictoires, chacune tirant la couverture à elle : informer et séduire.

Informer, c'est annoncer le plus clairement possible ce qui suit. On parle de titre informatif : pas de surprise, vous savez en le lisant où vous allez si vous avancez plus loin.

Séduire, c'est donner envie de lire. On parle de titre incitatif : il peut y avoir des surprises.

Sur le blog *Langue, sauce piquante*, tenu par les correcteurs du *Monde*, on trouve cette distinction :

« Dans la presse, en particulier au *Monde*, on distingue le titre informatif, le plus fréquent, le plus souvent du type sujet, verbe, complément (SVO), exemple : "Spotify veut entrer en Bourse", du titre commentaire (analyses,

*éditoriaux), sans verbe et qui va à l'essentiel, comme "SNCF : les trois batailles du rail", et du titre incitatif (reportages, portraits, "ventres"), en général le plus imaginatif. »*

Le titre incitatif peut contenir une astuce, un clin d'œil, une référence qui attirera l'attention.

Plus pernicieux que le titre incitatif, le titre « putaclic », qu'on a vu apparaître sur Internet : ce titre est là uniquement pour faire cliquer, et qu'importe le contenu de l'article. Or, c'est un accord tacite entre le lecteur et l'auteur : le titre doit refléter le contenu de l'article, comme l'enseigne annonce le type de magasin (sauf Boulanger, qui propose de l'électroménager). Le titre tient du contrat de confiance.

Sur Internet, le titre est d'abord visible indépendamment de la page où se trouve le contenu : dans une liste de résultats sur un moteur de recherche, ou à l'occasion d'un partage sur un réseau social. Ce titre existe donc hors contexte : il doit être compris hors de la présence de l'article et de son illustration. Dans le cas contraire, il y a moins de chances qu'il soit cliqué, et que le contenu soit lu.

### ***Une astuce pour le titre***

Évitez de terminer votre titre par un point d'exclamation. D'abord parce que si votre titre est bon, il se passe très bien du point d'exclamation. Trop souvent, on se sert de ce marquage comme d'une béquille pour un titre moyen, pour donner de l'énergie à quelque chose d'un peu mou. Ensuite, si vous ne vous interdisez pas le point d'exclamation, vous risquez de le voir apparaître partout. Et tous vos titres finiront par se ressembler. Vous pouvez également vous interroger à chaque fois que vous terminez votre titre par un point d'interrogation : est-ce réellement utile ? Et répondez-vous effectivement à la question dans votre texte ? Dans le cas contraire, vous allez créer de la déception chez votre lecteur.

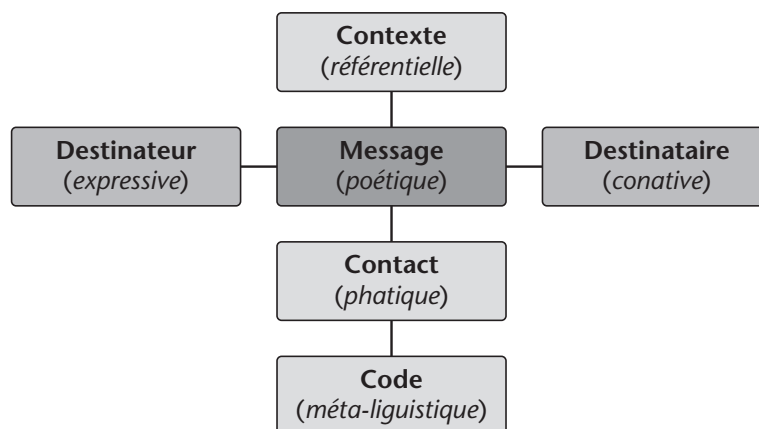
## ***Les fonctions du langage au service du titre***

Lorsqu'on cherche un titre, une contrainte s'impose : ne pas rédiger tous ses titres sur le même modèle. Quand le lecteur se trouve face à une série de titre « clonés », dans un sommaire ou sur une page d'accueil, il n'a plus de moyen de choisir, puisque tout se ressemble. Ce n'est pas pour rien qu'Antoine Houdar de la Motte écrit : « L'ennui naquit un jour de l'uniformité ». Il faut donc varier les types de titre pour éviter monotonie et effet de redondance. Mais comment ?

Une façon de s'ouvrir des horizons est de s'appuyer sur la description des fonctions du langage. Cette analyse de l'action de communication est due au linguiste Roman Jakobson.

Le schéma de Roman Jakobson présente six cases, chacune correspondant à un élément nécessaire à la communication. Il ne s'agit pas ici de rentrer dans le détail de l'analyse du linguiste, mais d'utiliser son travail comme une grille permettant de générer des titres, d'en proposer et, le cas échéant, de les faire varier.

### **Les fonctions du langage**



La première case, à gauche, est celle du destinateur du message. C'est l'émetteur : celui qui donne l'information. Lui revient la fonction expressive (ou émotive) : elle consiste à informer le récepteur sur la personnalité ou les pensées de l'émetteur. Cette fonction est



présente lorsque le titre, d'une façon ou d'une autre, renseigne sur l'émetteur.

On peut faire appel à cette fonction de deux façons. La première, la plus évidente, c'est lorsque l'émetteur est présent à la première personne dans le titre :

*J'ai testé le vélo électrique*

Mais c'est également le cas lorsqu'on choisit de mettre en avant l'émetteur d'un message repris dans le texte :

*Le président souhaite augmenter la durée de cotisation  
« Retrouvons-nous autour de propositions communes »*

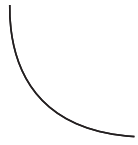
À l'autre bout du schéma, il y a le destinataire, celui qui va recevoir le message. Vous l'avez compris depuis le début de ce livre : on s'adresse toujours à quelqu'un et cette personne est là. La fonction qui est associée au destinataire est la fonction conative. Elle marque la volonté du destinataire d'agir sur le destinataire, de l'influencer. L'objectif est d'interpeller le récepteur, d'établir le lien avec lui.

La fonction conative est à l'œuvre lorsque le destinataire est présent dans le titre.

*Osez la cuisine sucrée-salée*

L'impératif est un moyen simple de s'adresser directement au lecteur et de l'inclure dans le propos. Une formule comme « Ce que vous ignorez sur... » remplit le même rôle.

Passons à une autre case : le code. Pas de message sans code. Dans le cas présent, vous êtes destinataire de ce livre, j'en suis le destinataire (c'est moi qui parle). Pour que nous nous comprenions, il convient que nous partagions le même code. C'est le français écrit, assez académique, mais efficace. La fonction associée au code est la fonction méta-linguistique. Elle est apparente à chaque fois que le code explique le code. La phrase « Ce texte est en français » fait



usage de cette fonction. Difficile à trouver dans un titre ? Pas courant, en tout cas, mais cela arrive :

*Le vocabulaire juridique décodé*

*Le discours de Barack Obama traduit en français*

Au cœur du schéma, il y a le message proprement dit. Ce qui est signifié, ce que le destinataire dit, et ce que le destinataire comprend (dans la vraie vie, ce n'est pas toujours la même chose, mais passons, il ne s'agit pas d'entrer dans ces considérations ici). Au message est associée une fonction au joli nom : la fonction poétique. Cette fonction se rapporte à la forme du message, à son expressivité. Rimes, allitérations, assonance, jeux de mot : tout ce qui constitue la matérialité des signes est mis en œuvre de la fonction poétique. Elle a donc un rôle de premier plan dans les titres incitatifs.

Le 30 décembre 2015, *Paris-Match* publie une vidéo et un court article titrés :

*Après les attentats de Paris : là où se cachait Abaaoud*

Rien dans le contexte ne se prête au jeu de mot, pourtant, si le terroriste ne s'appelait pas Abaaoud, le journaliste n'aurait sans doute pas utilisé l'expression « Là où », qui vient naturellement entraînée par l'assonance avec le nom propre.

Le jeu sur les mots est cependant plus courant pour des sujets plus légers. Le journal *Libération* s'en est fait une spécialité, que ce soit en une ou pour le traditionnel portrait de dernière page. À tel point qu'on les retrouve dans le livre d'Hervé Marchon, *Libé, les meilleurs titres*, aux Éditions de La Martinière (2016). Quelques exemples :

*Delgado blanchi reste en jaune (22 juillet 1988)*

*Sampras as des aces (28 novembre 1995)*

*Dubaï, la faillite en ligne d'émir (27 novembre 2009)*

*Qui est le coquin qui a acquis le cacao ? (20 juillet 2002)*

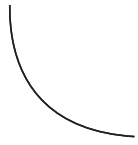


Case suivante. Le contexte est un élément sans lequel il n'y a pas de communication possible : c'est tout ce qui est tangible, compris par le destinataire et le destinataire, une sorte de culture commune. On n'a pas besoin de contextualiser ce qui fait partie du contexte : c'est ce sur quoi le destinataire et le destinataire sont d'accord : l'eau bout à 100 °C. On est d'accord là-dessus. Moins il y a de contexte commun, plus la communication sera difficile. Si mon interlocuteur remet en cause la température à laquelle l'eau bout, notre échange sera compliqué, même s'il a raison (puisque la température d'ébullition dépend de la pression atmosphérique). La fonction référentielle est celle qui a à voir avec le contexte. Le référent d'une communication peut être par exemple la table qui se trouve dans l'environnement des interlocuteurs (dans le même « contexte »), ou alors une culture, un pays.

Ainsi un article titré « Gérard Depardieu incarnera Staline » fait appel au contexte : il n'est compréhensible que si le destinataire sait que Gérard Depardieu est un acteur, et s'il n'ignore pas qui est Staline.

Enfin, pour qu'il y ait communication, il faut qu'il y ait contact. Le message passe par un canal, entre le destinataire et le destinataire. La fonction phatique, qui lui est associée, permet d'établir, de maintenir ou d'interrompre le contact physique et psychologique avec le récepteur. C'est le rôle du « allo ? » prononcé au téléphone, dont la seule fonction est de vérifier que le contact est bien établi. Elle permet aussi de vérifier le passage... physique du message. Il est rarement fait référence au canal dans les titres.

Roman Jakobson lui-même considère qu' « il serait difficile de trouver des messages qui rempliraient seulement une seule fonction ». J'utilise là ses définitions de manière assez superficielle, et dans la mesure où elles permettent d'envisager les titres de différentes façons. J'en fais un outil au service de la titraile. Il y en a d'autres, évidemment, qui permettent également d'apporter de la variété dans les titres, ou de résoudre le problème du titre plus facilement.



## ***Les 5W au service du titre***

On a vu dans la partie consacrée au plan en pyramide inversée comment les 5W permettaient d'organiser l'information. Qui, quoi, quand, où, comment, pourquoi, combien : les réponses à ces questions sont autant de clefs pour hiérarchiser le contenu d'un article.

Un moyen simple de titrer, et qui fonctionne toujours, c'est de titrer : qui quoi. Un exemple ?

*Le Prince demande le divorce*

Les réponses aux autres questions viendront enrichir le titre en y apportant la précision que l'auteur estimera la plus utile.

Quand ?

*La veille de la Saint-Valentin, le Prince demande le divorce*

Où ?

*Le Prince demande le divorce dans la salle de bain du palais*

Comment ?

*Le Prince demande le divorce par e-mail*

Pourquoi ?

*La soupe était froide : le Prince demande le divorce*

Combien ?

*12 millions d'euros de dette : le Prince demande le divorce*

On peut résumer cette technique par une formule : Quand/où/comment/pourquoi/combien : qui quoi

Avec ce type de titre, vous ne vous tromperez jamais vraiment. Vous ne serez pas non plus très percutant, sauf si l'information en elle-même est percutante. Si vous regardez attentivement, vous



vous apercevrez d'ailleurs que c'est un type de titre très répandu, notamment sur Internet. Il a l'avantage de forcément contenir des mots-clefs utiles au référencement. Ceci explique cela. À la place du quand/où/comment/pourquoi/combien avant les deux points, l'espace est souvent utilisé pour une sorte de rubricage sur le mode :

*Tennis : Nadal a battu Federer à Monte-Carlo*

*Justice : l'étrangleur des Deux-Sèvres condamné*

Notez que si vous n'arrivez pas à titrer un article avec cette méthode, c'est qu'il ne respecte vraisemblablement pas le plan en pyramide inversée.

L'élément qui précède les deux points a le même rôle que le surtitre. Parce que le surtitre est très peu utilisé sur le Web, il a tendance à disparaître. C'est pourtant un élément intéressant lorsqu'on publie des contenus sur papier : il vient « colorer » le titre, il apporte un élément d'information complémentaire. C'est une accroche de plus, qui peut lever une ambiguïté.

### ***Les astuces du titre en publicité***

David Ogilvy est présenté comme un personnage majeur de l'industrie publicitaire après la Seconde Guerre mondiale, aux États-Unis et dans le monde. Il a fondé, en 1948, la société Ogilvy & Mather, qui s'est rapidement hissée au quatrième rang mondial avec 141 bureaux dans 40 pays.

David Ogilvy n'était pas avare de conseils. Il en prodiguait très régulièrement aux concepteurs-rédacteurs de son groupe. Il a notamment dressé sept conseils sur les titres qui s'avèrent inspirants aujourd'hui encore.

- Le titre doit faire office de panneau indicateur.

C'est une idée à ne pas perdre de vue : le titre est là pour donner la direction de l'article à tous les lecteurs, sans exclusion.

- Le titre doit éveiller l'intérêt personnel du lecteur.

Si vous vous adressez à tous, vous devez dans le même temps vous adresser à chacun, pour que le lecteur se sente concerné.

- Le titre doit avoir un caractère d'actualité.

Sinon, pourquoi lire le texte maintenant, tout de suite ? Vous pouvez même créer un sentiment d'urgence...

- Le titre doit pouvoir être long.

Cela peut paraître contre intuitif. On a longtemps promu les titres courts, surtout sur Internet. Pourtant des études montrent que « Les articles avec de longs titres (14+ mots) obtiennent 2 fois plus de trafic, 2 fois plus de partages, et 5 fois plus de *backlinks* que les articles avec des titres courts (7-10 mots). » (Semrush, janvier 2020).

- Le titre ne doit pas comporter d'astuce.

David Ogilvy recommande d'éviter les jeux de mots, ou les références culturelles, les formules obscures ou trop littéraires.

- Le titre ne doit pas être à la forme négative.

Pas de négation dans les titres, donc : ces tournures augmentent les risques de contresens.

- Le titre doit être signifiant à lui seul.

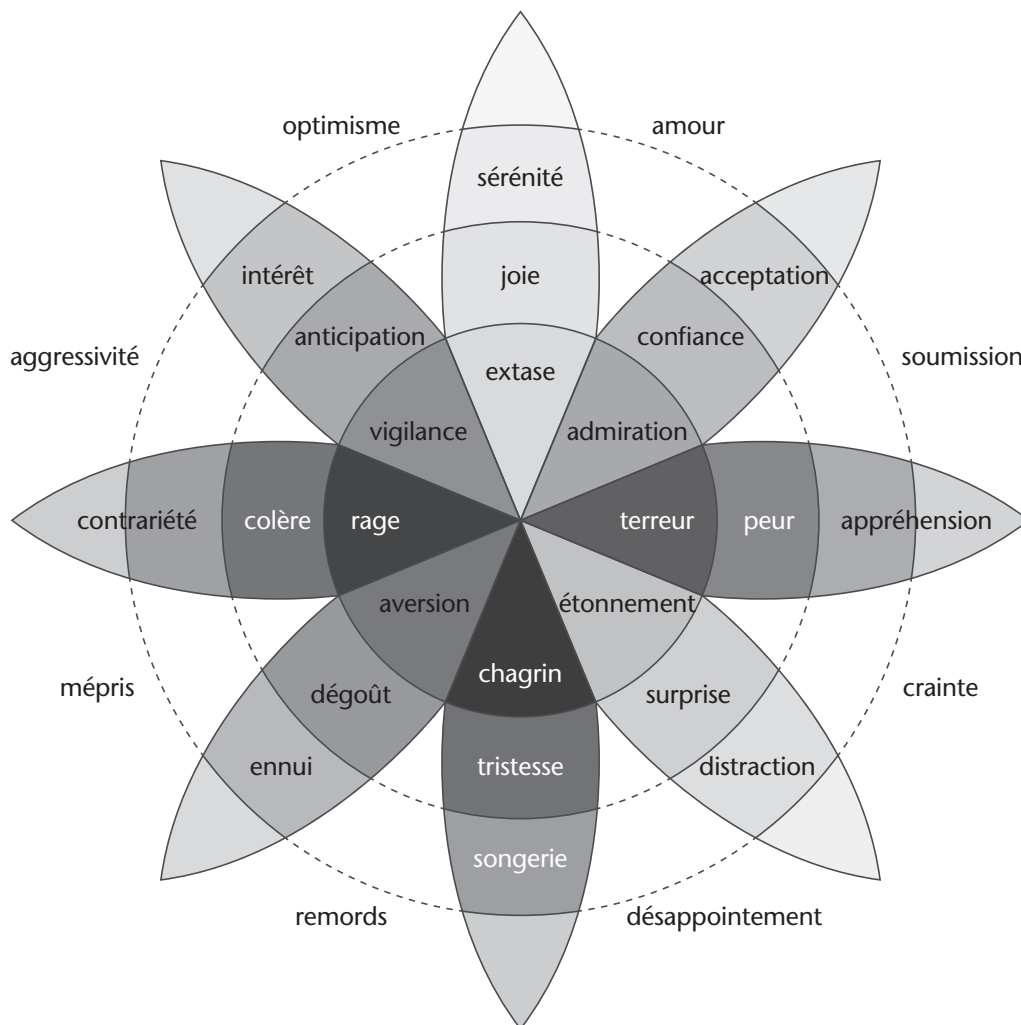
Le titre n'a pas besoin de béquille pour être compréhensible. Il ne fait donc pas référence à la photo toute proche, ou au reste du texte.

### ***La roue des émotions au service du titre***

Lier titre et émotion ? C'est somme toute logique, parce que des travaux récents montrent que les souvenirs neutres émotionnellement marquent moins la mémoire que des souvenirs associés à la joie ou à la tristesse. Une expérience liée à une émotion forte aurait une influence plus durable, plus en profondeur. Provoquer l'émotion, ce serait donc s'assurer d'un impact bien meilleur. Cette considération ne milite pas en faveur de titres neutres, mais de ceux qui, d'une façon ou d'un autre, feraient réagir.

La roue des émotions imaginée par le psychologue américain Robert Plutchik est un outil adapté à une réflexion sur ce thème. Elle définit un modèle des émotions humaines et de leurs relations et combinaisons. Un modèle composé de huit émotions de base, opposées deux à deux, et de multiples nuances.

### La roue des émotions



Selon Robert Plutchik, les huit émotions fondamentales sont divisées en quatre paires opposées : la joie et la tristesse, l'anticipation et la surprise, la peur et la colère, le dégoût et la confiance. Les nuances de ces émotions de base sont liées à leur intensité.



Comment intégrer ces émotions dans les titres ? Pensez à ce que vous voulez faire ressentir à votre lecteur ou votre lectrice. Mieux, imaginez ce que votre lectorat a envie de ressentir. Parfois, le choix du sujet facilite l'émotion que l'on choisit d'utiliser dans le titre. D'autres fois, c'est prendre position, ou mettre en avant l'opinion d'un témoin que l'on cite. Le plus souvent, ce choix se fait de manière instinctive. On peut, *a posteriori*, placer chaque titre sur la roue de l'émotion, à sa place, et pressentir s'il sera plus ou moins fort. Quelques exemples, classés selon la roue des émotions primaires de Plutchik :

■ La peur

« Coronavirus et risque d'AVC chez les moins de 50 ans : faut-il vraiment s'inquiéter ? » (*La Dépêche*, 30 avril 2020)

■ La confiance

« Le Mans. Cette fois c'est sûr, les marchés rouvrent ! » (*Ouest-France*, 17 avril 2020)

■ La joie

« Youpi, les bistrotts vont rouvrir ! » (*La Liberté*, 29 avril 2020)

■ L'anticipation

« À Strasbourg, des chercheurs en quête des plastiques de demain » (*Les Echos*, 30 avril 2020)

■ La colère

« Affaire Robert Boulin : Maintenant, ça suffit ! » (*Sud Ouest*, 13 septembre 2019)

■ Le dégoût

« Les montres peuvent être trois fois plus sales que la cuvette des toilettes » (*Biba*, 1<sup>er</sup> juillet 2019)



## ■ La tristesse

« Non, Harry Potter ne sera (hélas) pas adapté en série » (*Le Monde*, 20 novembre 2017)

## ■ La surprise

« Kate et William : les confidences surprenantes du coiffeur de leur mariage » (*Closer*, 30 avril 2020)

Ce travail sur les émotions peut être mené sur les textes entiers que l'on écrit, sur la base d'une réflexion sur l'émotion que l'on veut faire ressentir au lecteur. Et l'on aura beau jeu de choisir l'émotion sur laquelle on veut appuyer en fonction de ce que l'on sait déjà de sa cible, des émotions qu'elle ressent *a priori* sur le sujet, des besoins qu'elle a sur la question.

## ***Titres et clichés : à éviter***

Si je vous ai donné précédemment quelques pistes pour des titres efficaces, variés, originaux, il est des façons de titrer qu'il convient dans la mesure du possible d'éviter. Il y a dans ce domaine plusieurs écueils classiques.

Si l'on récapitule, déjà, tout ce qu'on peut déduire de ce qui a déjà été dit, on évitera :

- Les titres fantômes : un titre c'est de l'info. Impossible de titrer « On a gagné ! » par exemple : qui a gagné ? Qu'est-ce qui a été gagné ? On ignore tout de l'info, ici. Cela ne peut fonctionner que si on a gagné la Coupe du monde de football, parce que le contexte est tellement fort qu'on n'a pas besoin de précisions.
- Les adverbes, les adjectifs : c'est une astuce simple, une fois votre titre trouvé, vérifiez que vous ne pouvez pas enlever un mot.
- Les verbes faibles : ces verbes ont peu de pouvoir informatif, vous le savez. À la corbeille : être, avoir, faire, permettre...
- Les infos secondaires : le titre, c'est l'information principale, le reste trouvera sa place ailleurs.

- Les formules négatives : car vous n'êtes pas sans savoir que vous n'êtes pas sans ignorer que l'incompréhension est au bout de la négation.

On évitera autant que possible les reprises de titres célèbres, qui sont devenus autant de clichés. Il y a deux raisons à cela : le lecteur n'aura pas forcément la référence, et ces titres-là ne « tiennent » que s'ils sont compréhensibles pour celles et ceux qui n'ont pas les mêmes références culturelles que vous. Ensuite, ce sont des titres faciles, lorsqu'une expression est dans toutes les têtes, elle est utilisée par tout le monde, à toutes les sauces. Du coup, votre titre perd beaucoup de sa potentielle originalité.

Voyez ces « grands classiques » du détournement :

*Chronique d'une mort annoncée*

*L'année de tous les dangers*

*Voyage au bout de la nuit*

*Le crime était presque parfait*

*50 nuances de gris*

Ils peuvent être utilisés à toutes les sauces :

*Chronique d'une catastrophe annoncée*

*L'année de tous les chantiers*

*Voyage au bout de l'Inuit*

*Le caviste était presque parfait*

*50 nuances de simplification administrative*

Et n'allez pas croire que j'exagère : je n'ai inventé aucun de ces exemples. « 50 nuances de simplification administrative » est un vrai titre. « 50 nuances » a tellement été utilisé que j'aurais pu titrer cette partie « 50 nuances de 50 nuances ». Il faut dire que les titres en « 50 nuances » sont adaptés à tous les articles « fourre-tout » dont le plan manquerait cruellement de structure. Alors même que majoritairement, l'article est trompeur, et n'explore jamais les 50 nuances de quoi que ce soit.

Dans le même esprit, vous éviterez un certain nombre de formules toutes faites, qui n'ont pour seul avantage que fournir un titre à n'importe quoi en moins de 30 secondes.

« Ainsi va » (le livarot, le coronavirus, la finance internationale...)

(Le livarot, Le coronavirus, La finance internationale...) Au banc d'essai

Quel avenir pour (le livarot, le coronavirus, la finance internationale...) ?

(Le livarot, Le coronavirus, La finance internationale...), mode d'emploi...

On peut ceci dit s'amuser à combiner les catastrophes et titrer un jour :

*Quel avenir pour 50 nuances de gris ?*

Combo !

## Ce qu'il faut retenir |

- ▶▶ Il existe deux grands types de titres :
  - le titre informatif, qui donne l'information ;
  - le titre incitatif, qui donne envie d'aller plus loin.
- ▶▶ On a tout intérêt à varier le type de titres. On peut le faire par exemple en s'appuyant sur les fonctions du langage, ou sur la roue des émotions. Les émotions sont indispensables à la mémorisation des informations.
- ▶▶ Il existe une façon simple de titrer en utilisant les 5W et la formule :
  - Quand/où/comment/pourquoi/combien : qui quoi.
- ▶▶ On évitera les jeux sur les titres célèbres, les formules toutes faites, les négations, et les verbes faibles comme être, avoir, pouvoir, permettre...

## L'intertitre

L'intertitre est une accroche secondaire, que l'on trouve entre deux paragraphes, dans le fil du texte, dans une police de caractères plus grande que le texte courant.

Attention, il ne faut pas confondre intertitre et sous-titre. Le sous-titre est un titre de sous-partie : il correspond à la marque du plan, dans un rapport, un compte rendu, un texte universitaire. Il se place donc au-dessus de la sous-partie concernée. On lui applique les mêmes méthodes qu'au titre : c'est le plus souvent la description succincte de ce qui va suivre, afin de permettre au lecteur de se repérer dans ce qu'il lit.

L'intertitre, lui, a une fonction d'accroche. Même si cela arrive majoritairement, il n'indique pas nécessairement ce qui apparaît dans les paragraphes suivants, il ne marque pas le plan de l'article. D'ailleurs, en presse, on place les intertitres en fonction de la maquette, de l'équilibre général de la page, pas en fonction du plan. Il n'y a par exemple jamais d'intertitre en bas ou en haut de colonne. Puisqu'un des objectifs de l'intertitre est d'aérer le texte, il n'est jamais placé au début ni à la fin d'un article.

La méthode la plus simple pour l'intertitre, c'est de choisir une réponse à l'une des questions des 5W. Une réponse complémentaire aux informations apportées par le titre. Le *qui* et le *quoi* sont généralement dans le titre. Restent : quand, où, comment, pourquoi, combien, à sélectionner selon leur degré d'importance et leur absence du titre.

On peut aussi choisir de mettre en avant dans l'intertitre une information secondaire dont on juge qu'elle pourra susciter l'intérêt du lecteur. Cette stratégie optimise les chances de toucher des lecteurs aux intérêts divers. On applique dans ce cas les lois de proximité, en visant une première partie du lectorat dans le titre, une autre dans l'intertitre. Si je titre « Nadal a remporté le tournoi de Monte-Carlo », je peux utiliser l'intertitre *Federer détrôné*. Les fans de l'un, puis de l'autre, s'y retrouvent.



Enfin, on peut utiliser l'intertitre comme un contrepoint au titre, si bien que le rapport entre le titre et l'intertitre provoque une interrogation. Quel lien ? Se demande le lecteur qui, pour répondre à cette question, devra lire l'article.

Ainsi, en février 2020, je signe dans *Ouest-France* un reportage sur *50 Euros*, le cycliste qui filme les cancre du volant. L'intertitre choisi dans la version papier de l'article : « Même mon chien pose mieux sa crotte ». C'est le texte que *50 euros* (c'est son pseudo) a choisi d'imprimer sur des autocollants qu'il colle sur les véhicules mal garés. On ne comprend cela qu'en lisant l'article. Merci à Audrey qui a choisi pour cet intertitre incitatif un détail insolite du reportage.

### ***Intertitre et référencement***

Lorsqu'on écrit sur le Web, l'intertitre peut avoir une influence sur le référencement. En effet, si le site est codé classiquement, les moteurs de recherche vont repérer les intertitres comme des titres d'un niveau inférieur au titre principal, mais comme un contenu qui a plus de poids que le texte courant. On aura donc tout intérêt à placer les mots-clefs sur lesquels on souhaite être référencé dans les intertitres.

### ***Ce qu'il faut retenir*** |

- ▶▶ L'intertitre est complémentaire au titre.
- ▶▶ Placé graphiquement dans la page, il ne constitue pas un titre de sous-partie, mais une accroche.
- ▶▶ Un moyen simple de concevoir l'intertitre : une réponse à un des 5W qui n'est pas dans le titre.
- ▶▶ L'intertitre a un effet positif sur le référencement.

## Tirer son chapô

Le chapô est un texte court, que l'on trouve généralement entre le titre et l'article dans la presse. C'est un élément de la titraille. Il a pour objectif d'encourager la lecture, en précisant le contenu de ce qu'on trouvera dans l'article.

Il est donc fortement recommandé de rédiger le chapô après avoir écrit l'article, alors qu'il est souvent tentant de faire l'inverse. En effet, la convention veut que le chapô soit une promesse : il ne doit donc rien contenir qui ne soit pas dans l'article. Il est aussi convenu que l'article doit être lisible, et compréhensible même si l'on n'a pas lu le chapô. Aussi, l'article ne peut pas faire directement référence à une information qui serait présente dans le chapô.

L'erreur la plus communément répandue consiste à donner une information dans le chapô, puis dans la foulée commencer l'article par un démonstratif. Par exemple :

*Chapô : Dans son dernier roman, l'auteur utilise des contraintes oulipiennes en les détournant pour en faire les véritables héros de son histoire.*

*Début de l'article : Ce livre va vous passionner.*

Impossible de savoir de quel livre il est question sans avoir lu le chapô : on ne peut pas commencer un article de cette manière. Il faut trouver une façon de dire de quel livre il est question.

Pourquoi ces conventions ? Parce que le chapô peut ne pas être lu, mais, surtout, il peut être modifié, sans que l'article le soit. Dans la chaîne de production du contenu, ce n'est pas nécessairement la même personne qui rédige l'article et le chapô. Ce dernier, comme tous les éléments de la titraille, peut être revu en fonction de la maquette, du contenu des autres pages, de l'équilibre général de la publication. C'est le cas dans les journaux, où le secrétariat de rédaction se charge de ces tâches.

Idéalement, le chapô répond aux cinq questions qui vont constituer l'information la plus importante de l'article : « Quoi ? Qui ? Où ? Quand ? Comment ? », auxquelles peuvent être ajoutées



« Pourquoi ? » et « combien ? ». On s'aperçoit là de la difficulté de l'exercice : le titre répond déjà à une partie de ces questions, et si le plan en pyramide inversée est appliqué, le début de l'article y répond également. Il y a donc là un art de la reformulation à mettre en œuvre. C'est une vraie difficulté de rédaction, mais qui a l'avantage de pouvoir en quelques éléments, proposer aux lecteurs des façons complémentaires d'entrer dans le texte.

Voici par exemple comme *Le Monde* titre un article le 5 mai 2020, et comment est rédigé le chapô qui suit :

Titre : *La justice allemande demande à la BCE de justifier son programme anticrise*

Chapô : *Dans une décision d'une rare virulence, les magistrats allemands jugent « douteuse » la compétence de la Banque centrale européenne pour racheter massivement de la dette publique.*

Le premier paragraphe de l'article reprend les informations :

*La Cour constitutionnelle allemande a exigé, mardi 5 mai, que la Banque centrale européenne (BCE) justifie la conformité de ses rachats de dette publique à son mandat, dans un arrêt retentissant qui met en péril le plan de soutien européen.*

On pourra jouer sur une certaine complémentarité. Dans le cas d'un titre incitatif, le chapô jouera sans difficulté la carte de l'information. Inversement, après un titre informatif, le chapô tentera plutôt la séduction.

Ainsi, le magazine *La Croix l'hebdo* du 1<sup>er</sup> mai titre un article :

*Donner du pigment au confinement*

Le titre est clairement incitatif, mais manque peut-être un peu de clarté. Le chapô apporte les précisions nécessaires :

*Profitez de cette période chez vous et d'une connexion Internet pour parfaire vos connaissances en histoire de l'art, découvrir des collections muséales et jouer en famille autour des œuvres.*



Et lorsque dans *Télérama* du 2 mai 2020, le titre est une citation :

« *J'ai fait un film apocalyptique plein de tendresse.* »

Le chapô, qui couvre un article de 2 pages, précise le contexte :

*Dans son lac de Bolsena, en Italie, où il cultive des légumes oubliés, le cinéaste Jonathan Nossiter déplore le sacrifice de la culture sur l'autel de la consommation. Son dernier film, Last Words, évoque l'humanité mourante de 2086, qui redécouvre la joie d'être ensemble devant un écran de cinéma improvisé.*

Vous voyez-là un éventail des possibilités offertes par l'association du titre à son chapô.

Il est généralement convenu que la longueur du chapô est de 10 % de l'article. Ainsi, un chapô de 300 signes conviendra parfaitement à un article de 3 000 caractères. Sa largeur est généralement la même que celle de l'ensemble des colonnes de l'article, même si les maquettistes s'autorisent parfois d'autres choix.

Le chapô prend une importance particulière avec Internet. Les premiers caractères sont en effet fréquemment utilisés par les systèmes éditoriaux pour apparaître dans la liste des résultats de recherche ou en résumé sur les réseaux sociaux. Il convient dans ce cas de ne pas oublier que les 120, voire 160 premiers caractères du chapô sont également là pour séduire l'internaute en dehors de la page sur laquelle le contenu est publié.

Certains systèmes proposent cependant des contenus spécifiques pour les différents usages : une métadescription pour l'affichage dans les résultats des moteurs de recherche, une accroche pour les réseaux sociaux. Cela permet, le cas échéant, de rédiger les choses un peu différemment pour chaque canal.

## Ce qu'il faut retenir |

- ▶▶ Le chapô est l'élément de titraille qu'on trouve entre le titre et l'article.
- ▶▶ Il représente environ 10 % de la longueur de l'article.
- ▶▶ Le chapô est un élément complémentaire du titre.
- ▶▶ Le chapô contient les réponses aux 5W : qui, quoi, où, quand, comment, et éventuellement combien et pourquoi.

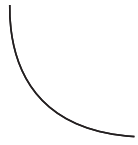
## Entrer dans la légende

La légende est le texte qui accompagne une illustration. On considère la légende comme un élément de la titraille. Sa longueur dépendra de la mise en page. La légende est en lien avec l'image, dont elle oriente ou facilite l'interprétation. Elle peut donc simplement répondre aux qui, quoi, quand, où, comment, pourquoi correspondant à ce que la photo montre.

Le risque c'est de considérer la légende comme une étiquette, une simple mention du contenu de la photo. Or, elle peut être bien plus que ça. Sur papier, il est fréquent que le lecteur lise la légende avant l'article. Elle doit donc lui donner le ton, l'envie d'en savoir plus, titiller sa curiosité et le pousser à aller plus loin.

Vous pouvez attirer l'attention du lecteur sur un élément particulier de la photo, un détail, une attitude, ou mettre en avant les conditions particulières de sa prise de vue. Ce sont alors des informations qui ne sont pas visibles sur la photo, mais qui l'éclaire différemment, permettant de la « lire » autrement. Il peut s'agir du lieu d'où la photo a été prise, ou de l'état d'esprit d'une personne photographiée, qui explique ou contredit son attitude.

La légende peut conventionnellement contenir une information qui n'est pas dans le texte principal. Moins la photo contient



d'informations en elle-même, plus la légende viendra la soutenir, la justifier, lui donner du poids. C'est d'autant plus courant aujourd'hui qu'on ne publie quasiment plus de texte sans illustration. En effet, lorsque le texte est partagé sur les réseaux sociaux il est beaucoup plus visible s'il est accompagné d'une photo.

En guise d'illustration, imaginez la photo d'un coucher de soleil sur la mer. Un paysage de carte postale, anodin. Pas d'information capitale. Selon la façon dont vous légendez cette photo, vous offrez une expérience différente à votre lectrice ou votre lecteur.

La légende la plus basique est :

*Coucher de soleil.*

Vous n'apportez aucune information, on peut même considérer que cette légende est inutile, simplement redondante. C'est d'ailleurs le rôle non de la légende, mais du texte alternatif, lorsqu'on publie une photo en ligne. Le texte alternatif est le texte qui s'affiche lorsque l'image est manquante, c'est le même qui est lu aux malvoyants en lieu et place de l'illustration, il doit donc être purement descriptif.

Il est bien entendu tout à fait possible d'aller plus loin dans la légende, en apportant des informations complémentaires :

*Coucher de soleil sur la baie de Rio en mai 2017.*

Mais, selon le contenu de l'article, bien d'autres possibilités s'offrent à vous :

*C'est à l'heure du coucher de soleil que Paul et Linda ont pris la décision qui allait changer leur vie.*

*Le photographe Paul R. a pris cette photo lors de son dernier voyage dans la baie de Rio.*

*Parmi les quelques 300 morceaux de musique qui contiennent le mot « Sunshine », celui d'Eva Cassidy dégage une atmosphère particulière.*

L'art de la légende sera bien entendu plus efficace à partir d'une photo elle-même signifiante, mais vous comprenez là le principe et les possibilités de l'exercice. Attention cependant : la légende ne bénéficie que d'une longueur réduite, vous aurez intérêt à peser chaque mot que vous utiliserez.

La même photo d'un manifestant à terre, maintenu au sol par les forces de l'ordre, prendra une signification bien différente selon la légende que l'on choisit d'y accoler : légender n'est pas neutre. Que lira-t-on ?

*Casseur appréhendé avec courage par les forces de l'ordre sur lesquelles il vient de jeter des pavés.*

Ou

*Manifestant pacifiste roué de coups lors d'une interpellation arbitraire.*

C'est la même image, le même cadrage, et deux façons bien différentes de voir les choses.

### *Ce qu'il faut retenir* |

- ▶▶ La légende apporte un éclairage à une illustration, en précisant comment l'interpréter, ou ses conditions de réalisation.
- ▶▶ La légende peut donner une information qu'on ne trouve pas ailleurs dans l'article.
- ▶▶ On évite les légendes purement descriptives qui n'ont pas de valeur ajoutée par rapport à l'image.

## D'autres éléments qui attirent l'œil

Certains éléments graphiques n'apparaissent pas dans tous les cas. On y fait appel selon la mise en page.

### *L'exergue*

Un exergue est une portion de texte que l'on traitera comme un élément graphique, et qui trouvera sa place dans la page pour attirer l'œil. Ce peut être une formule choc, une citation. L'exergue est là pour donner envie de lire.

### *Le gras*

L'usage du gras dans le texte permet de faire ressortir certains mots qui attirent l'œil et peuvent donc inciter à la lecture. Attention à ne pas en abuser : le gras ne fonctionne que par rapport au maigre, et trop de gras tue le gras, évidemment. Mais **quelques mots qui ressortent** ne nuisent pas s'ils sont bien choisis.

On privilégiera le gras plutôt que la couleur, dont on laissera l'appréciation de l'usage aux maquettistes, aux directeurs artistiques, afin d'éviter les catastrophes esthétiques.

## L'allitération

Vous voulez écrire des titres ou des statuts qui claquent ? Vous voulez faire réagir, être partagés, impliquer ? Il y a une méthode toute simple à mettre en œuvre, à condition d'être un peu agile avec les mots : l'allitération. Explications.

Commençons par une petite définition. L'allitération est une répétition de consonnes dans une suite de mots rapprochés. Il y a répétition lorsque le son se fait entendre au moins trois fois de façon rapprochée. L'exemple le plus connu est de Racine, dans *Andromaque* :

« Pour qui sont ces serpents qui sifflent sur vos têtes ? »



On parle là d'allitération imitative : n'entendez-vous pas siffler les serpents ?

En matière d'allitération, on regroupe les consonnes en trois catégories :

- Les sons explosifs, durs, violents, explosifs : K, T, P
- Les sons fluides, doux, qui appellent au rêve : M, L, N
- Les consonnes fricatives, celles qui sifflent, chuintent : F, S, Z

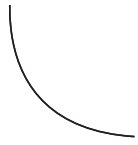
À vous de jouer pour appuyer vos éléments de titraile sur une de ces trois catégories, et une seule, en fonction de l'émotion que vous voulez faire passer.

Et l'effet, parfois, peut être comique, la preuve avec cet extrait de *Chanteclerc*, d'Edmond de Rostand :

*« Au lieu d'être coquets de vos cocoricos,  
Vous rêviez d'être, ô Coqs ! de drôles de cocos !  
Oui, mode ! pour que d'eux tu t'emberlucoquasses,  
Coquine ! ils n'ont voulu, ces Coqs, qu'être cocasses ! »*

Si l'allitération ne vous vient pas naturellement, et c'est compréhensible, et si vous voulez gagner en agilité, lancez-vous dans un simple petit jeu : le tautogramme. Le tautogramme est une contrainte d'écriture : rédiger une phrase dont tous les mots commenceront par la même lettre. C'est, en quelque sorte, forcer l'allitération. Les premières fois, ne vous souciez pas de ce que vous voulez dire : choisissez une lettre, et lancez-vous. Bien sûr, l'exercice est plus facile avec le « l » qu'avec le « z ». Le pire exercice ? Le « y » : comme je l'indique dans mon livre *Les mots pour le rire* (Mille et une nuits), il n'y a pas de verbe qui commence par y dans *Le Petit Robert*. Ce sera donc forcément une phrase nominale.

Mais... le y est une voyelle... Il ne s'agit donc pas, si vous avez suivi, d'une allitération. Lorsqu'on répète les voyelles, on parle d'assonance. L'effet est le même que celui de l'allitération : ne vous en privez pas. Et n'hésitez pas à mêler assonance et allitération. Et vous verrez comme le succès de vos titres augmente.



Quelques exemples de résultats obtenus ? Simple et efficace, le 25 janvier 2017, le *Journal du Dimanche* titre en Une :

*L'effet Philippe*

*Libération*, le 22 janvier 2019, alors que commence le Grand Débat National initié par le président de la République en pleine crise des Gilets jaunes :

*Des hauts et des bas au début des débats*

Si ces gros titres fonctionnent, c'est l'effet de l'allitération plus que la valeur informative.

## Chapitre 6

# L'écriture inclusive



« Il ne faut donner l'exclusion à aucun genre, et si l'on me demandait quel genre est le meilleur, je répondrais : "Celui qui est le mieux traité." »

**Voltaire**

### *Executive summary* |

- ▶▶ La place de la femme dans la langue est sans doute le sujet linguistique qui fait couler le plus d'encre depuis la fin du xx<sup>e</sup> siècle. De la féminisation des noms de métiers, jusqu'à l'avènement de l'écriture inclusive, les débats sont parfois violents, signe que l'on touche un point sensible.
- ▶▶ Comment écrire dans un contexte où la part du féminin dans les textes peut être assimilée à la place de la femme dans la société ? Comment assurer une juste représentation des genres ? Et surtout, inclure l'ensemble des lecteurs dans les textes produits ? Autant de questions qui, au-delà du militantisme fut-il légitime, se posent à l'aune de la lisibilité et de l'accessibilité du plus grand nombre à la lecture.

L'écriture inclusive a un objectif : représenter toutes les personnes dans ses désignations, afin que tout le monde se sente représenté, quel que soit son genre, sa couleur de peau, sa religion.

Elle part donc du principe que l'écriture, telle qu'elle est si l'on n'y prend garde, serait exclusive, représentant mal certaines catégories de la population. En France, l'écriture inclusive se focalise sur la représentation des genres dans la langue. On appelle écriture inclusive une écriture qui inclue les différents genres. Très concrètement, la discussion porte sur la place du féminin dans l'écriture comme marque de la place des femmes dans la société.

En 2015, le Haut Conseil à l'égalité entre les femmes et les hommes a publié le *Guide pratique pour une communication publique sans stéréotype de sexe*, qui décrypte les stéréotypes dans les images, à la tribune de colloques et dans l'usage de la langue. Ce guide propose dix recommandations pour une communication égalitaire. Et quelques-unes, donc, sur la façon d'écrire.

## Une question d'Histoire

La langue n'est pas figée. Elle évolue au fil du temps. Des mots apparaissent, d'autres disparaissent. La grammaire elle-même évolue. Les usages et les normes ne cessent de s'entrechoquer. La faute devient la norme. C'est un mouvement perpétuel.

Ces mouvements n'épargnent pas les règles d'accord. Jusqu'au XVII<sup>e</sup> siècle, les règles suivies en la matière ne sont pas celles d'aujourd'hui. Les auteurs utilisent la règle de la majorité. Quand il y a plus de femmes que d'hommes, le féminin l'emporte.

*Quatre femmes et un homme sont entrées dans la pièce.*

Ils utilisent également la règle de la proximité. Si le mot le plus proche est féminin, l'accord se fait au féminin :

*Des hommes et des femmes sont entrées dans la pièce.*



Ce n'est pas une élucubration : relisez Ronsard ou Racine. Ces pratiques ont survécu aux différentes éditions lorsqu'on ne pouvait faire autrement pour la rime.

*« Surtout j'ai cru devoir aux larmes aux prières  
Consacrer ces trois jours et ces trois nuits entières »*

Jean Racine, *Athalie*, 1691.

Au xvii<sup>e</sup> siècle, une forme neutre est promue. Souci : elle n'existe pas en français, contrairement à d'autres langues, comme l'allemand ou l'anglais. Au prétexte que « le genre masculin est réputé plus noble que le féminin, à cause de la supériorité du mâle sur la femelle ; le masculin et le féminin sont plus nobles que le neutre, à cause de la supériorité des êtres animés sur ceux qui ne le sont pas » (Nicolas Beauzée, 1767), l'Académie française décide finalement que « le masculin l'emporte sur le féminin ». Paf. Exit le point de vue esthétique de Vaugelas qui, bien que reconnaissant déjà la supériorité du masculin, considérait en 1647 que l'oreille saigne lorsqu'un adjectif masculin suit un nom de genre féminin. Parce que l'usage alors est à l'accord de proximité :

*« [...] rien ne plait à l'oreille, pour ce qui est de la phrase et de la diction, que ce qu'elle a accoutumé d'ouïr. »*

On martèle aux petites filles et aux petits garçons, dès l'école primaire, ce masculin qui l'emporte sur le féminin, et c'est un point douloureux qui, pour certaines féministes, participe à figer une relation entre les genres.

L'argument du « on a toujours fait comme ça » ne tient pas. L'argument d'une histoire de la langue qui, petit à petit, aurait façonné notre façon de dire les choses non plus. Ce sont des hommes, réunis entre eux, qui ont décidé, au prétexte que la femme serait inférieure, que le masculin l'emporterait.

Dans son guide, le Haut Conseil à l'égalité entre les femmes et les hommes « soutient la réhabilitation de l'usage de la règle de

proximité ». Reste l'argument de Vaugelas, qui privilégiait l'usage : aujourd'hui, l'usage a changé. Mais ce qui a été fait peut être défait.

J'avoue d'ailleurs, et je ne suis sans doute pas le seul, avoir toujours évité d'écrire : « Les hommes et les femmes sont beaux. » Si la tournure est correcte, il y a une incongruité à lire « les femmes sont beaux. » Et donc, je retourne la phrase pour obtenir un accord plus logique : « Les femmes et les hommes sont beaux. » À bien y réfléchir, c'est reconnaître déjà la règle de proximité, non ?

Le français tel qu'on l'utilise aujourd'hui reflète cette « supériorité du mâle sur la femelle ». Non seulement dans la règle d'accord, mais dans la façon dont certains mots sont utilisés. C'est le cas des noms de métiers, dont la féminisation est une simple adéquation entre la réalité et le langage censé la refléter.

La règle grammaticale veut que lorsque dans un groupe il y a des hommes et des femmes, le masculin l'emporte. Une assemblée d'agriculteurs et d'agricultrices ? On écrira « des agriculteurs ». Les femmes d'un coup devenant invisibles. Et pourtant elles sont là. L'écriture inclusive veut leur rendre leur visibilité. Reste à trouver la meilleure façon de marquer les deux genres.

### *Ce qu'il faut retenir* |

- ▶▶ La langue évolue.
- ▶▶ La règle qui veut que le masculin l'emporte sur le féminin est une construction fondée sur l'idée d'une supériorité de l'homme sur la femme.
- ▶▶ D'autres voies sont possibles : l'accord de proximité, la règle de la majorité, la féminisation des noms de métier.

## Quelles règles pour l'écriture inclusive ?

La prise de conscience du biais de la langue est un premier pas vers une écriture plus respectueuse d'un équilibre des genres. On se réfèrera ensuite aux conseils du « Guide pratique pour une communication publique sans stéréotype de sexe ».

### ***Éliminer les expressions sexistes***

On ne dit plus : « chef de famille », « mademoiselle », « nom de jeune fille », « nom patronymique », « nom d'épouse et d'époux », « en bon père de famille ». Ces expressions ont été bannies par le droit français. Légalement, elles ne représentent plus rien.

### ***Accorder les noms de métier, grade et fonction***

Lorsqu'une femme occupe un métier, une fonction, le mot est féminin. C'est flottant, encore, évidemment. Le temps que l'usage s'y fasse. Pompière, autrice ? Auteure ? On préfère généralement « autrice ». Entraîneuse de football ? Et quel masculin pour sage-femme ? L'Académie française a tenté d'imposer maïeuticien en 1982, mais on dit un homme sage-femme (où la femme serait la patiente, pas le professionnel). Il n'y a aucune justification esthétique à trouver, juste attendre que l'usage fasse son chemin. Une rapportrice écrit un rapport plutôt qu'une rapporteuse, trop connotée. La préfète n'est pas forcément la femme du préfet (mais le préfet n'est pas encore le mari de la préfète). Tout cela va demander du temps. L'important c'est d'être d'accord sur la direction.

On trouve plus de 2 000 noms de métiers, titres, grades ou fonctions au masculin et au féminin dans le guide téléchargeable en ligne : « Femme, j'écris ton nom... Guide d'aide à la féminisation des noms de métiers, titres, grades et fonctions ». Il est disponible grâce à une simple recherche sur Internet. Inspirez-vous-en.

En termes de lisibilité, forcément, un mot nouveau est toujours un obstacle à franchir. L'usage d'un mot dans un sens nouveau est

un handicap pour la compréhension. Difficile parfois de concilier langage clair et écriture inclusive, l'une souvent s'applique au détriment de l'autre. C'est en cela que l'écriture inclusive est encore un acte militant : qui écrit prend un risque d'incompréhension, pour une raison qui dépasse le message. Pour autant, on peut considérer qu'il apparaît de nouveaux mots chaque jour, et que ceux-là méritent leur place dans la langue.

### ***User du masculin et du féminin dans les messages***

L'idée générale est d'utiliser les mots et/ou adjectifs au féminin et au masculin, en les plaçant si possible par ordre alphabétique. Cet ordre, arbitraire, fait que tantôt le féminin sera cité en premier lieu, tantôt le masculin.

*égalité femmes-hommes*

*les lycéennes et les lycéens*

*les instituteurs et les institutrices*

Là où les choses se compliquent, de mon point de vue, c'est lorsque le Haut Conseil préconise l'usage du point : « la.le journaliste, « au.à la maire », « du.de la fonctionnaire ». Il s'agit d'une présentation graphique qui nuit à la lisibilité. Le point est associé à la fin de la phrase, il faudra du temps avant que son usage comme séparateur de genre s'impose, au risque de brouiller jusque-là le message. Certes il est plus discret que la barre oblique / mais il se retrouve doté de deux significations très différentes selon les contextes.

Dans un souci d'efficacité, tout en tenant compte de la légitimité indiscutable de l'inclusion dans la langue, je préconise toujours, dans ces cas, de trouver d'autres tournures. Parlons des journalistes. Le mot est épïcène, c'est parfait pour l'inclusion : il renvoie à la fois aux journalistes femmes et à leurs confrères. Plutôt que « les directeurs et les directrices », on peut souvent dire « la direction » : les formules englobantes apportent des solutions efficaces. Et si, parfois, la clarté doit l'emporter sur l'inclusion, je préfère la clarté.

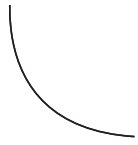




Un exemple. Dans le livre que vous êtes en train de lire, je parle très souvent des *lecteurs*. J'utilise le mot plus de 150 fois. C'est peut-être un peu trop, d'ailleurs. Sans aucune réflexion sur l'inclusion, je m'en serais tenu là. J'essaye d'y être attentif, alors j'ai parfois parlé des « lectrices et des lecteurs », mais le mot « lectrice » apparaît seulement une quinzaine de fois, et je ne crois pas avoir parlé une seule fois des lectrices seules. J'ai cependant une vingtaine de fois choisi de parler du lectorat, qui englobe les deux. Mieux que rien ? Insuffisant ? Louable ? C'est l'illustration, en tout cas d'un effort d'attention autour d'un mot. C'est aussi, je dois l'avouer, une prise de conscience : si je n'avais pas compté les occurrences de lecteur, lectrice et lectorat, j'aurais pensé avoir été un peu plus équilibré que ça. Je ne suis pas particulièrement fier du résultat, mais il me semble intéressant et j'ai donc volontairement choisi de laisser en place ce déséquilibre. Qu'aviez-vous remarqué dans le texte au fil de votre lecture ? L'apparition du mot lectrice vous a-t-il choqué ? Le mot « lectorat » vous a-t-il semblé un peu lourd ? Aviez-vous remarqué toutes ces apparitions de « lecteur » ? De plus militants que moi sur le sujet auraient peut-être écrit autrement. Que pensez-vous du mot lectrice ? Ou auditeurice ? Ils existent déjà dans le sens où certaines, ou certains, ont fait le choix de les utiliser pour résoudre la question du genre.

Je place le message à faire passer au-dessus de l'inclusion. C'est un choix, et je comprends qu'on puisse me le reprocher. Et c'est la raison pour laquelle je n'utilise pas le point médian. Ce n'est pas un *casus belli*, pas une posture politique, même pas un point de vue esthétique : c'est un souci de lisibilité. J'écris pour que mon message passe.

Reste que si vous utilisez le point médian, il convient que vous le fassiez à bon escient, et de façon correcte. Avec un premier rappel, qui vaut pour toutes les règles typographiques : la première règle est l'homogénéité. C'est en appliquant les mêmes règles partout dans les textes du même émetteur que vous donnez à l'ensemble un minimum de professionnalisme, que vous soyez l'émetteur ou qu'il s'agisse d'une marque ou d'une entreprise.



Si votre entreprise ou votre institution décide d'utiliser le point médian, elle doit le faire partout, tout le temps. La règle à appliquer ensuite est simple, à condition qu'on sache séparer la racine du mot de son suffixe :

*Racine du mot + suffixe masculin + point médian + suffixe féminin*

On ajoutera un point médian supplémentaire suivi d'un « s », si l'on veut indiquer le pluriel. En opposition avec cette recommandation du Haut Conseil à l'égalité entre les femmes et les hommes, des utilisateurs du point médian choisissent d'ajouter le s au pluriel sans point médian supplémentaire, ce qui allège un peu l'écriture. On choisira donc d'écrire :

*Des pharmacien·ne·s ou des pharmacien·nes*

La situation est assez simple pour la plupart des mots.

*Ce·tte*

*Il·elle*

*Nombreux·ses*

*Retraité·e*

*Élu·e / Élu·e·s*

*Chef·fe*

*Intellectuel·le*

*Lycéen·ne*

*Programmeur·euse*

*Footballeur·euse*

*Ingénieur·e*

*Ambassadeur·rice*

*Auteur·rice*

*Créatif·ive*

*Question piège :*

*Celui·elle ou celui·le ?*



Et ce qui reste lisible lorsqu'on propose un mot isolé se complexifie lorsqu'arrivent les expressions :

*Les agent·e·s territoriaux·ales*

*Certain·e·s usager·ère·s*

Le résultat, sur une phrase complète :

*Celui·elle qui s'en prend physiquement à certain·e·s usager·ère·s ou agent·e·s territoriaux·ales est l'auteur·rice d'un délit passible de prison.*

N'a-t-on pas tout intérêt à trouver une formulation qui permettrait de se passer du point médian ? D'autant que les traitements de textes et logiciels de messageries interprètent souvent le mot suivi d'un point et de quelques lettres comme un lien hypertexte : les expressions se retrouvent alors soulignées, cliquables, et renvoient vers des pages inexistantes et des messages d'erreur.

Les tenants du point médian me contrediraient aisément en se référant à une étude indiquant que les signes qui redonnent de la visibilité au féminin ne gênent plus la lecture dès leur deuxième apparition dans un texte. Les études menées par Noélia Gesto et Pascal Gygax sont généralement citées à ce sujet, en particulier l'étude « Féminisation et lourdeur de texte » (*L'Année psychologique*, Année 2007, 107-2, p. 239-255). Seul souci, elle ne traite pas du point médian, mais tout particulièrement de la féminisation des noms de métiers.

On peut d'ailleurs lire sous la plume de Jean-Yves Antoine, professeur à l'université de Tours, sur le site spécialisé « Éthique et Traitement Automatique des Langues » qu' « aucune étude expérimentale n'a à ce jour quantifié globalement l'impact du point médian sur les activités de lecture ». (<https://www.ethique-et-tal.org/2018/01/20/ecriture-inclusive-et-point-median-et-si-lon-causait-science/>)

Mais, selon lui, à partir des connaissances que l'on a aujourd'hui des mécanismes de lecture, on peut craindre des effets pervers à l'usage du point médian :

*« en cherchant à réduire les discriminations liées au genre dans la langue, on peut renforcer les discriminations d'accès à la lecture liées à des critères sociaux ou au handicap ».*



Fort des connaissances des mécanismes de lecture, il préconise de se passer du point médian et de se concentrer autrement sur une écriture inclusive citant :

« [...]l'exemple du Québec, qui a adopté sans remous des recommandations d'écriture à la fois moins genrées et fluides à la lecture. Plusieurs principes guident ces recommandations :

- Favoriser l'utilisation de termes épiciènes, c'est-à-dire qui peuvent être employés au masculin comme au féminin sans changer de forme, comme élève ou réformiste.
- Ne pas utiliser le masculin générique.
- Éviter la surabondance des formes masculines et féminines juxtaposées (les citoyens et les citoyennes).
- Enfin, employer des termes neutres qui peuvent regrouper les deux genres (la communauté scientifique plutôt que les chercheurs et les chercheuses). »

Des recommandations qui semblent d'autant plus sages que l'usage du point médian est parfois un brin anarchique, et que cela se complique encore à la lecture. On voit des choses surprenantes passer dans certains textes. Cette phrase par exemple vous semble-t-elle correcte ?

*Il a rassemblé les victimes. « Nous ne pourrons pas aller jusqu'au bout », explique l'un·e.*

Mais « victime » n'est jamais masculin. En écrivant « l'un·e », on invente le mot « un victime », au masculin. Vraiment ? C'est ce qu'on voulait dire ?

Autre exemple, absurde, et dont se gaussent évidemment les détracteurs du point médian :

*Grosse promotion sur les galettes des rois·eines*

À tout prendre, on aurait peut-être pu écrire roi·eine·s (voyez la difficulté en terme de lisibilité). Mais, surtout, il n'y a jamais eu de « reine mage ». On peut le regretter, mais cet usage du point médian ne rime à rien.

L'agence de communication Mots-Clés a publié un manuel d'écriture inclusive téléchargeable sur son site : <https://www.ecriture-inclusive.fr/>. Elle préconise « de limiter le recours au point médian pour les termes dont la forme féminine s'obtient par ajout plutôt que par substitution. C'est le cas du « e final » comme dans « ami et amie » ou « étudiant et étudiante » ; des doubléments syllabiques, comme dans « intellectuel et intellectuelle », « terrien et terrienne ». S'agissant des formes plurielles, on peut également réduire la notation à un seul point et préférer « cinglé-es » à « cinglé·e·s », ou encore « incorrect-es » à « incorrect·e·s » ».

Le cas des pronoms est un cas particulier. Selon la règle qui veut que le masculin l'emporte sur le féminin, « ils » peut représenter un groupe d'hommes ou un groupe d'hommes et de femmes. Le neutre permettrait une meilleure représentation des femmes dans la langue. Comme il n'existe pas en l'état (sauf le « on », assez impersonnel), on utilise parfois des créations qui répondraient à cette difficulté :

- Il et elle devient « iel » ou « ille ».
- Ils et elles devient « iels » ou « illes ».
- Celles et ceux devient « celleux » ou « ceulles ».

L'usage nous dira ce que deviendront ces propositions.

### *Ce qu'il faut retenir* |

- ▶▶ L'écriture inclusive n'est pas stabilisée, elle s'invente et l'usage décidera des pratiques qui deviendront la norme.
- ▶▶ Des recommandations ont été édictées : féminisation des noms de métier, usage des mots épïcènes.
- ▶▶ Le point médian n'est qu'un aspect de la question. Il complique la lecture et, s'il est utilisé, ce doit être de façon homogène dans toutes les productions d'un même émetteur.

## La Méthode FALC

On peut également entendre par écriture inclusive une façon d'écrire qui n'exclue personne de la compréhension du message, une écriture qui s'adresse réellement à celles et ceux qui ont le plus de difficultés à lire. Les étrangers qui découvrent la langue, les dyslexiques, les handicapés mentaux qui peinent à comprendre des textes complexes. L'inclusion, c'est aussi leur rendre les textes faciles à lire.

La méthode FALC a été élaborée dans le cadre du projet européen Pathways. Elle est portée en France par l'Unapei et l'association Nous Aussi. Elle propose des règles pour aider les rédacteurs de documents à rendre l'information facile à lire et à comprendre pour les personnes déficientes intellectuelles.

Concernant la ponctuation, par exemple, les consignes sont les suivantes :

*Utilisez une ponctuation simple. Par exemple, n'écrivez pas : « Hier, j'ai acheté un vélo vert/jaune (un nouveau vélo !) pour mon fils ; il s'appelle Michael ». Écrivez plutôt : « Mon fils s'appelle Michael. Hier, je lui ai acheté un nouveau vélo. Le nouveau vélo est vert et jaune ».*

Essayez d'éviter les caractères spéciaux, comme \, &, <, § ou #.

### ***Les règles concernant les mots***

Utilisez des mots faciles à comprendre, c'est-à-dire des mots que les gens connaissent bien.

- N'utilisez pas de mots difficiles. Si vous devez utiliser des mots difficiles, il faut les expliquer clairement.
- Utilisez des exemples pour expliquer les choses. Essayez d'utiliser des exemples de la vie de tous les jours que les gens comprennent facilement.
- Utilisez le même mot pour parler de la même chose dans tout le document



- N'utilisez pas des idées difficiles comme des métaphores. Une métaphore est une phrase qui ne veut pas vraiment dire ce qui est écrit. « Il pleut des cordes » est un exemple de métaphore.
- N'utilisez pas de mots d'une langue étrangère, sauf s'ils sont très connus comme le mot anglais *hamburger* en français par exemple.
- Évitez d'utiliser des initiales. Utilisez le mot en entier lorsque vous le pouvez. Les initiales sont les premières lettres de chaque mot. Expliquez les initiales si vous devez en utiliser. Par exemple, si vous écrivez « UE », expliquez que cela signifie « l'Union européenne ».

Les pourcentages (63 %) et les grands nombres (1 758 625) sont difficiles à comprendre. Essayez de ne pas les utiliser. Choisissez à la place des mots comme « peu de », « beaucoup de » pour expliquer ce que vous voulez dire.

### ***Les règles concernant les phrases***

Faites toujours des phrases courtes.

Parlez directement aux gens. Utilisez des mots comme « vous ».

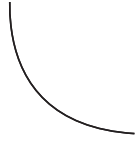
Utilisez des phrases positives plutôt que des phrases négatives quand vous le pouvez. Par exemple, dites : « Vous devriez rester jusqu'à la fin de la réunion » plutôt que : « Vous ne devriez pas partir avant la fin de la réunion ».

Utilisez des phrases actives plutôt que : des phrases passives quand vous le pouvez. Dites par exemple : « Le médecin vous enverra une lettre » plutôt que : « Vous recevrez une lettre envoyée par le médecin ».

### ***Les règles concernant le plan***

Placez toujours vos informations dans un ordre facile à comprendre et facile à suivre.

Placez ensemble toutes les informations sur le même sujet.



Vous pouvez répéter les informations importantes plusieurs fois.  
Vous pouvez aussi expliquer plusieurs fois les mots difficiles.

Comme vous pouvez vous en rendre compte, un certain nombre de règles sont tout à fait en adéquation avec ce qui a été présenté au fil de cet ouvrage. Vous pouvez retrouver l'ensemble de ces règles sur le site de l'Unapei.



# Conclusion



## Qu'est-ce qu'un bon texte ?



J'aimerais, pour finir ce livre, avoir une réponse définitive, claire, à cette question : comment déterminer si un texte est bon, ou pas ? Mais vous l'aurez compris : il n'y a pas de réponse absolue à cette question. Un texte peut être bon dans un contexte, et mauvais dans un autre.

On pourrait poser la question autrement : certains textes sont-ils mauvais ? La réponse est forcément oui, pour des textes creux, sans information, totalement incompréhensibles quel que soit le bout par lesquels on les prenne. De ces textes mauvais il n'y aura rien à faire.

Comme vous, quand je lis un texte, je suis capable de le juger. Il ne s'agit jamais de dire « j'aime », ou « je n'aime pas ». Ce ne sont pas des arguments. Les textes qui ne sont pas totalement nuls doivent être jugés à l'aune d'une stratégie. Et qui dit stratégie éditoriale, fixe un certain nombre de choses.

D'abord, ce texte va respecter des valeurs, ces valeurs, ce sont celles de son émetteur. Elles sont exprimées quelque part, dans une charte éditoriale, par exemple, ou plus largement en tant que valeurs de l'entreprise ou de l'institution émettrice. Le travail sur les valeurs,

en amont de l'action quelle qu'elle soit, permet de poser un cadre. L'argument sera de savoir si le texte les respecte ou pas.

Un exemple ? La Radiotélévision Belge Francophone, la RTBF, rappelle régulièrement ses valeurs. Elles tiennent en cinq mots : l'audace, la connexion, la diversité, la transparence, et le respect. C'est souvent ainsi, quatre ou cinq mots. L'entreprise précise dans son rapport d'activité 2017 : « Ces cinq mots affirment ce qui nous lie dans nos différents métiers et fonctions. Ils expriment le sens que nous donnons à notre travail et à la notion de service public qui nous distingue des autres médias. »

Ensuite, le texte doit répondre à des objectifs. Plus les objectifs seront clairs, mieux l'on pourra déterminer s'il les atteint. Il est très difficile de savoir si un texte est bon ou non sans avoir une idée précise de ses objectifs. Je suis parti du principe général que l'objectif d'un texte était de faire passer un message, de quel message s'agit-il ?

Pour savoir si le texte est bon, il faut évidemment savoir à quelle cible il est destiné. Un texte peut être bon pour une cible et mauvais pour une autre. Éventuellement, on peut dire qu'il est *mauvais* quelle que soit la cible, plus difficilement qu'il sera *bon* quelle que soit la cible.

Selon la cible, on pourra déterminer si le texte use du ton adéquat, s'il présente les informations dans un ordre opportun.

Récapitulons : on pourra juger si un texte est bon dans la mesure où l'on sait quelles valeurs il est censé respecter, s'il a un objectif donné, et une cible définie. Les questions que l'on se posera alors :

- Le ton est-il le bon ? C'est-à-dire le niveau de langue, le choix du vocabulaire, etc.
- L'ordre des informations est-il le bon ?

Au-delà d'un jugement péremptoire sur le texte, ces considérations permettront d'en assurer une relecture bienveillante et circonstanciée, de proposer des corrections et des aménagements.

Dans l'absolu, on pourra toujours dire qu'un texte manque de densité, de fluidité, de simplicité. Mais ce seront des considérations déconnectées du réel. En fonction d'une stratégie claire, les questions posées par le texte trouveront des réponses étayées : raccourcir ou rallonger, utiliser tel mot plutôt que tel autre, ordonner de telle ou telle façon les informations, structurer les phrases, choisir un point de vue, supprimer un paragraphe, ajouter une interjection...

Écrire est une leçon perpétuelle de modestie : on peut toujours améliorer un texte, et la lectrice a toujours raison si elle est bien celle à laquelle vous vous adressez. Vous n'imaginez pas le nombre d'échanges qu'il a fallu pour parvenir au texte final, et encore perfectible, du livre que vous venez de lire.

## DU MÊME AUTEUR

- *Encyclopédie Marabout du multimédia* (Marabout, 1995)
- *Bien écrire pour le Web* (Eyrolles, 2003)
- *Le Meilleur des jeux de mots* (Mille et une nuits, 2006)
- *Le Meilleur de l'absurde* (Mille et une nuits, 2007)
- *Le Meilleur de l'humour noir* (Mille et une nuits, 2008)
- *Le Meilleur de l'amour. Humour toujours* (Mille et une nuits, 2009)
- *Le Meilleur de la bêtise* (Mille et une nuits, 2010)
- *Les Zeugmes au plat* (Mille et une nuits, 2011)
- *Le Meilleur de la méchanceté* (Mille et une nuits, 2011)
- *Le Meilleur des vanes* (Mille et une nuits, 2014)
- *Eno, la chasse aux rastacs* (Amazon, 2014)
- *Les mots pour le rire* (Mille et une nuits, 2015)
- *Les Miraculées* (éditions des Falaises, 2016)
- *Ma différence est ma force*, avec Romain Brifault, (City éditions, 2018)
- *Mum Poher* (Librinova, 2019)

# Index



## A

Albertini, Antoine 94  
Antoine, Jean-Yves 167  
Ayora, Pauline 37

## B

Balle, Francis 106  
Barthes, Roland 53  
Beauzée, Nicolas 161  
Bentolila, Alain 28, 29  
Boileau, Nicolas 64, 74  
Bon, François 65

## C

Cabrel, Francis 118  
Camus, Albert 52, 53, 54  
Candea, Maria 29  
César, Jules 93  
Chateaubriand, René de 92  
Churchill, Winston 6, 10  
Clemenceau, Georges 51  
Conseil d'État 10  
Cooper, Alan 15  
Cordier, Jean-Yves 67

## D

Dac, Pierre 62  
De Gaulle, Charles 58, 72, 93

Depardieu, Gérard 139  
Descartes, René 58, 65  
Desproges, Pierre 62  
Dubois, Buyse 33  
Dumas, Alexandre 128  
Dylan, Bob 32

## E

Eminem 32  
Énard, Mathias 58

## F

Faulkner, William 73  
Federer 113, 141  
Federer, Roger 108  
Ferrand, Ludovic 37  
Fforde, Jasper 88  
Flaubert, Gustave 49, 89, 90, 92,  
121, 122

## G

García Márquez, Gabriel 118  
Genette, Gérard 126  
Gracq, Julien 87  
Guégan, Yann 43, 44

## H

Hugo, Victor 95

## I

Imbs, Paul 30

## J

Jackobson, Roman 136, 139

Jackson, Michael 32

Jay-Z 32

Jewalikar, Varun 32

Jobs, Steve 93

Joyce, James 30

## K

Kerangal, Maylis de 65

King, Stephen 3, 73

Kristof, Agota 55

## L

La Bruyère, Jean de 13

Lamartine 60, 73

Léautaud, Paul 27

Lepschy, Giulio 31

Lieury, Alain 29

## M

Malraux, André 72

Marchon, Hervé 138

Molière 51

Murakami, Haruki 55

## N

N'Diaye, Marie 58

Nadal, Rafael 108, 113, 141

Nielsen, Jakob 105

## O

Obama, Barack 8

Obione, Max 117

Ogilvy, David 141, 142

Orwell, George 7, 10

## P

Plutchik, Robert 143

Presley, Elvis 32

Proust, Marcel 58, 67, 68, 122

## Q

Quintillien 71

## R

Racine, Jean 29, 32, 85, 156, 161

Raynaud, Fernand 69, 70

Richaudeau, François 30, 57, 58, 59, 60, 61, 67, 70

Rihanna 33

Romain, Jules 81

Ronsard, Pierre de 161

Rostand, Edmond de 157

Royal, Ségolène 62

## S

San, Antonio 58

Sartre, Xavier 129

Simenon, Georges 119, 121, 130

Spice Girls 32

Stendhal 58

Swanson, David 133

## T

Tupac, Shakur 32

## V

Vail, Nash 32  
Verne, Jules 128  
Véron, Laélia 29  
Vialatte, Alexandre 77, 87  
Vignal, Marion 95  
Voltaire 159


## W

West, Kanye 32  
White, Barry 32

## Z

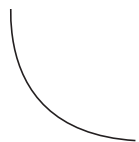
Zamir, Ali 58  
Zipf, George Kingsley 30, 31  
Zola, Émile 60, 122, 127

# Table des matières



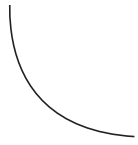
<b>Remerciements</b>	1
<b>Introduction</b>	3
<b>Chapitre 1 ■ Connaître son lecteur</b>	13
Les personas	15
Contextualiser	19
Loi de proximité	21
L'axe géographique	22
L'axe chronologique	22
L'axe affectif	23
L'axe socio-professionnel	23
Le dialogue	24
En savoir plus sur la charte éditoriale	26
<b>Chapitre 2 ■ Les mots</b>	27
Le vocabulaire moyen	28
Quels mots utiliser ?	33
L'échelle Dubois Buyse	33
Le français fondamental	34
Le lexique administratif	35
Le mot journalistique	37
Ce dont il faut se méfier	40
Jargon	40
Sigles	40
Impropropriétés	40
Répétitions	41





La collocation	42
Petit exercice de créativité stylistique	46
Quelques remarques	46
Les mots qui engagent	48
<b>Chapitre 3 ■ La phrase</b>	<b>49</b>
L'écriture blanche	52
La longueur et la structure des phrases	56
Les secrets de la phrase longue	65
Écrire dense	69
Adverbes et adjectifs	71
Périphrases	72
Pléonasmes	74
La ponctuation	76
Les règles de ponctuation	79
Le rythme	89
Le rythme simple	90
Le rythme binaire	91
Le rythme ternaire	92
L'accumulation	93
Le rythme croissant	94
Le rythme décroissant	96
<b>Chapitre 4 ■ Le plan</b>	<b>97</b>
Le paragraphe	99
Les plans du discours argumentatif	101
Le plan dialectique	101
Le plan analytique	102
Le plan comparatif	103
Le plan accumulatif	104
La pyramide inversée	104
Le référencement	107
L'attention	107
Comment appliquer le plan en pyramide inversée ?	107
Le cas Blanche-Neige	109
Le plan en pyramide inversée selon l'AFP	111

Le plan apéro	113
La chronologie	114
Les fils temporels du récit	117
Le rythme du récit	119
Les temps (conjugaisons) du discours	123
L'espace	126
Focalisation omnisciente, ou « zéro »	127
Focalisation externe	127
Focalisation interne	128
La personnalisation	129
Poser la caméra	130
<b>Chapitre 5 ■ La titraile</b>	<b>133</b>
L'art de titrer	134
Une astuce pour le titre	135
Les fonctions du langage au service du titre	136
Les 5W au service du titre	140
Les astuces du titre en publicité	141
La roue des émotions au service du titre	142
Titres et clichés : à éviter	145
L'intertitre	148
Intertitre et référencement	149
Tirer son chapô	150
Entrer dans la légende	153
D'autres éléments qui attirent l'œil	156
L'exergue	156
Le gras	156
L'allitération	156
<b>Chapitre 6 ■ L'écriture inclusive</b>	<b>159</b>
Une question d'Histoire	160
Quelles règles pour l'écriture inclusive ?	163
Éliminer les expressions sexistes	163
Accorder les noms de métier, grade et fonction	163
User du masculin et du féminin dans les messages	164



<b>La Méthode FALC</b>	170
Les règles concernant les mots	170
Les règles concernant les phrases	171
Les règles concernant le plan	171
<b>Conclusion</b>	173
<b>Du même auteur</b>	177
<b>Index</b>	179