



Penser ses contenus pour le web



Penser ses contenus pour le web

Programme



Objectifs

- Comprendre les spécificités de l'information sur Internet et ses enjeux.
- S'initier à la production de contenus pour le web.

Public

- Journalistes web / rédacteurs et responsables de site web.

Durée

- Une journée.

Contenu

Introduction : à nouveau média, nouvelles pratiques

- Le web en France : données générales, bonnes et mauvaises pratiques multimédia.
- Comportements de lecture sur le web : les 4 lectures sur écran (lecture-balayage, lecture-choix, lecture d'information, lecture d'approfondissement).
- Lisibilité : la cohérence formelle (architecture générale, ergonomie, notions spécifiques à l'écran (zoning, seuil de lecture) / les critères de lisibilité / la maîtrise des niveaux de lecture.

L'information sur le web

- Les spécificités de l'information sur le web : l'actualisation permanente / le plurimédia (texte, image, son) / la scénarisation / l'interactivité / l'interaction avec l'internaute / le référencement.
- La plus-value journalistique des média : texte, son, images fixes et animées, vidéo.
- Les genres journalistiques adaptés au web : brèves, interviews, reportages, portraits, mini-dossiers...

Les principes de l'écriture et de l'édition web

- Un impératif : le travail du référencement par l'utilisation de mots-clés dans des zones clés.
- Une spécificité : la création de micro-contenus (chapeaux, accroches, info-bulles).
- Le travail d'écriture : qualité du vocabulaire (simple, précis, concret, adapté au lectorat) / qualité orthographique, syntaxique, typographique / qualité de référencement.
- Le travail d'édition : le formatage / le découpage (texte et hors textes) / le morcellement / l'habillage (titres, accroches, niveaux de lecture) / le travail du style, de l'animation (dimension hypertextuelle, enrichissement multimédia) / l'interaction avec l'internaute (forums, sondages, quiz... / règles pour la modération).
- Réécrire pour le web : analyse du document, critères de décision pour la mise en ligne, réorganisation des informations, enrichissement (interactivité, multimédia).
- Le dossier multimédia : principes de fonctionnement, plus-value journalistique, bonnes pratiques.



Penser ses contenus pour le web

Programme (suite)

Mise en pratique

- Production d'écrits courts : le flash d'alerte / l'info-bulle et la légende / l'accroche-chapeau / la brève.
- Production d'un article web standard : format court, travail du morcellement, de l'édition, de l'interactivité, intégration d'un visuel, mise en ligne.

Pédagogie

- Apports théoriques.
- Observations des bonnes pratiques.
- Exercices en sous-groupes et individuels sur un site-projet.

Intervenant : Patrick LENORMAND

- Journaliste – secrétaire de rédaction et rédacteur – depuis 1997 et free lance depuis 2000.
- Une sélection des publications auxquelles il a collaboré ou collabore toujours :
Ouest France, Télérama, Micro Hebdo, Internet et entreprise, Génération PC, Systèmes solaires, Ithos, Le monde des artisans, Revue de la Mutualité Fonction Publique...
- A travaillé ou travaille toujours pour des sites web et intranet comme journaliste web, rédacteur en chef édition ou conseiller éditorial :
Les News.net, intranet PSA, Fondation Abbé Pierre, Magazine-Déclic.com, Libé.fr, Solutions Clés...
Sites événementiels : *Entre 2 tours, Un jour en France, Médialivre Salon du Livre, Ironman South Africa 2009, 2010, l'année France-Russie.*
Site institutionnel : *Aménagement urbain sur site pollué (Meeddat/Ademe).*
- Auteur de 6 guides pratiques. Guides liés au web :
 - *Guide des sources d'information* (éditions CFPJ, 2007) ;
 - *Internet : techniques de recherche pour les professionnels* (éditions ENI, 2007) ;
 - *Guide de la formation en ligne et Tout trouver sur Internet* (éditions Micro Applications, 2001).