



Digitising Content Together

Ministerial NETwoRk for Valorising Activities in digitisation

Écriture Web



Référence

- ❖ Jakob Nielsen: “Be succinct! (Writing for the Web)”, 1997
 - ❖ <http://www.useit.com/alertbox/9703b.html>
- ❖ “How Users Read on the Web”, 1997
 - ❖ <http://www.useit.com/alertbox/9710a.html>
- ❖ Writing for the Web
 - ❖ <http://www.sun.com/980713/webwriting/>
- ❖ Web content management
 - ❖ <http://www.webcontentmanagement.it/scrittura.htm>
- ❖ Web writing that works
 - ❖ <http://www.webwritingthatworks.com>
- ❖ Museo&Web
 - ❖ <http://www.minervaeurope.org/structure/workinggroups/userneeds/prototipo/progproto/comunicazione/stilescrivere.html>



Qualité dans la communication

- ❖ Un site culturel de haute qualité doit être **intelligible et communiquer clairement**, en combinant des contenus et du design de manière telle que l'utilisateur puisse naviguer **efficacement** et de façon **satisfaisante**.



Aspect visuel

- ❖ Le design graphique d'un site Web est complètement différent de celui d'un livre !
- ❖ Lire sur un écran est considéré comme 25% plus lent que lire un texte imprimé.
- ❖ Ce qui a l'air élégant et esthétiquement agréable à l'œil dans une publication peut être illisible ou même visuellement dérangeant sur un écran.
- ❖ Les caractères visualisés par un ordinateur ont une résolution inférieure à ceux sur papier.



Aspect visuel

- ❖ Les éléments suivants doivent être pris en considération quand on dessine un site Web :
- ❖ Lisibilité des caractères sur l'écran
- ❖ Type de caractère
- ❖ Couleurs
- ❖ Alignement
- ❖ Longueur de la ligne et espacement
- ❖ Éléments à emphatiser



Lire une page Web

❖ Coup d'œil rapide

- ❖ L'information visuelle d'une page est perçue comme un tout, en même temps que la présence ou l'absence de questions particulières.

❖ Balayage

- ❖ On ne lit pas tous les mots du texte et sa signification n'est fournie que par quelques mots seulement.
- ❖ Il s'agit de la technique de lecture la plus communément utilisée.
C'est la technique de lecture que préfèrent 79% des utilisateurs.



Conseils pour faciliter le coup d'œil rapide

- ❖ Peu d'éléments graphiques
- ❖ La même position sur chaque page pour tous les blocs fonctionnels communs
- ❖ En-tête en ordre hiérarchique, du général au particulier
- ❖ Information visuelle claire et cohérente dans l'ensemble du site
(exemple : les mêmes signes graphiques, toujours avec la même signification)



Conseils pour faciliter le balayage du texte

- ❖ Mettez en évidence les titres comme de petits extraits
- ❖ Divisez le texte en paragraphes
- ❖ Séparez les paragraphes les uns des autres par des espaces
- ❖ Divisez par deux le nombre de mots comparés à ceux que vous utiliseriez sur une version imprimée
- ❖ Mettez en évidence les mots importants dans un paragraphe grâce à l'usage du caractère
- ❖ Rendez les caractères plus lisibles



Caractères

- ❖ **Tous les caractères préfinis de la plupart des systèmes opérationnels ne sont pas clairement lisibles sur une page Web.**
- ❖ **Par exemple, Georgia et Verdana sont des caractères qui se lisent plus facilement sur un écran que Times New Roman: en effet, même s'ils ont la même dimension, leurs caractères sont plus hauts.**



Couleurs

- ❖ **Le Consortium World Wide Web (W3C) conseille d'utiliser un algorithme pour calculer le contraste entre la couleur du texte et le fond.**
- ❖ **(Checkpoint 2.2.)**
(<http://www.w3.org/TR/AERT#color-contrast>).



Style (1)

❖ CONSEILS DE BASE

- ❖ **Style clair et concis**: construisez des parcours clairs à travers une structure de paragraphes bien définie: titres, sous-titres, textes courts, espaces vides, index
- ❖ **Textes courts**: (deux fois plus court que pour un texte imprimé !)
- ❖ Adoptez l'ordre de la «**pyramide renversée**» lorsque vous classez les contenus:
 - présentez d'abord la synthèse
 - puis descendez graduellement vers les détails



Style (2)

- ❖ Utilisez **hypertexte** pour disposer les informations sur plusieurs niveaux (écrivez « *en profondeur* » plutôt qu' « *en longueur* ») ;
 - ❖ Si c'est possible, évitez l'emploi du *scrolling*
 - ❖ Faites attention à la ponctuation, qui pourrait être lue sur l'écran de manière incorrecte.
- ❖ **Un conseil:**
Préparez un « **manuel de style** » du site.



Quelques conseils simples

- ❖ **Utilisateurs non professionnels:** l'insertion d'un glossaire est une bonne idée.
- ❖ **Il y a des lecteurs potentiels dans le monde entier!**
Faites attention:
 - ❖ Aux **dates:** aux USA, le jour et le mois sont inversés
 - ❖ Aux **numéros de téléphone:** fournissez toujours l'indicatif international
 - ❖ Aux **acronymes:** il ne sont pas toujours compréhensibles
 - ❖ Aux indications du **pays d'origine** (dire « Roma » n'est pas suffisant, si le site est ensuite traduit en anglais. Il faut dire « Roma, Italia »).



Merci !

- ❖ **Oreste Signore**
- ❖ oreste.signore@isti.cnr.it



Digitising Content Together

- ❖ <http://www.minervaeurope.org>
- ❖ <http://www.minervaeurope.org/MEDCULT/home.html>