

## Réaliser un texte écrit

### Description

Ce document vous aidera à réaliser des textes efficaces pour votre profession de foi, site Internet de campagne, ou encore lettres électorales.

### Contexte d'utilisation

Une campagne électorale nécessite la mise en place d'outils de communication tels que des brochures présentant le candidat et son programme politique, des pages Internet ou imprimés exposant des problématiques sur lesquels le candidat prend position, des lettres appelant les électeurs au soutien du candidat, etc.

Les objectifs de tels outils de communication peuvent être d'informer, de convaincre, de pousser à l'action, d'inciter à la réflexion, ou encore de transmettre une image ou une émotion. Mais leur efficacité nécessite de respecter trois objectifs primaires qui sont que les outils de communication doivent être lus, compris et mémorisés.

## Instructions

Le document aborde notamment les points suivants :

- ◆ Le « Fog Index » : Il permet d'établir le manque de lisibilité d'un texte en se basant sur la longueur des phrases et des mots.
- ◆ Le ratio « Je »/ « Vous » : Un bon ratio se situe à  $\frac{1}{2}$ , c'est-à-dire que les électeurs sont mentionnés deux fois plus que le candidat dans la communication. Les lecteurs sont plus intéressés par ce qui les concerne. L'utilisation du « Je » permet cependant de donner une dimension humaine au texte.
- ◆ La structure du message : La démarche logique de présentation des arguments, est plus importante que les arguments eux-mêmes pour convaincre. En fonction de l'hostilité du public à l'idée défendue et de la complexité de l'argumentation, différents plans sont possibles.
- ◆ L'expression : Un candidat est porteur de promesses mais également d'espoir. Le vocabulaire, le style de langue, les messages et les points de vue qu'il utilise doivent donc être positifs, affirmés et enthousiastes.
- ◆ La simplicité : Les textes politiques doivent être à la fois simples à lire mais également accessibles à tous. Il faut donc éviter la sur-utilisation de parenthèses qui coupent le rythme de lecture, le vocabulaire technique ou complexe, ou encore les acronymes ou sigles non expliqués au préalable. La sur-punctuation doit également être évitée et les émotions doivent être exprimées avec des mots, pas avec une abondance de signes de punctuation. Il est par ailleurs souvent préférable d'être lu et compris avec un langage simple plutôt que vouloir véhiculer une image d'expertise avec un langage complexe.
- ◆ Les paragraphes : Pour faciliter la compréhension de l'argumentaire, chaque paragraphe ne doit contenir qu'une seule idée, et des transitions doivent opérer la liaison entre les paragraphes. Les paragraphes doivent si possible être indépendants et éviter de faire référence au texte précédent pour la compréhension car celui-ci n'a pas obligatoirement été lu. Il est en effet fréquent que les destinataires ne lisent qu'une partie du texte ou le survole, et leur compréhension doit être la meilleure possible. Par ailleurs, chaque nouveau paragraphe doit contenir une accroche de façon à inciter le lecteur à le lire et les transitions doivent être fluides de façon à faciliter la continuité de la lecture.
- ◆ Les titres : Les paragraphes sont généralement précédés d'un titre dont l'objectif est à la fois de résumer l'idée du paragraphe mais également d'inciter à la lecture. Bien que ces deux buts soient relativement contradictoires puisqu'à l'inverse d'un titre partiel et donc incitatif, un titre résumant un paragraphe n'incite généralement pas à la lecture de celui-ci, le message à véhiculer doit être compris par une personne qui ne lirait que les titres. Les titres doivent donc être compréhensibles même pour une personne qui n'aurait pas lu les textes associés, et ce dans l'objectif de véhiculer le message principale et la trame argumentaire à un maximum de personnes.

Déterminer les objectifs du texte :

Informer

Convaincre

Pousser à l'action

Pousser à la réflexion

Transmettre une émotion

Calculer le ratio JE/VOUS :

Comptabiliser le nombre de « Je », « Nous », « Mes », « Nôtre », etc.	
Comptabiliser le nombre de « Vous », « Vôtre », etc.	
Calculer le ratio = « JE » / (« JE » + « VOUS »)	

Vérifier le ratio JE/VOUS :

Le ratio est inférieur à 0,70 afin d'impliquer les électeurs dans le texte	<input type="checkbox"/>
Le ratio est supérieur à 0,30 afin de donner une dimension humaine au texte	<input type="checkbox"/>

Calculer le « Fog Index » :

NM	Compter le nombre de mots	
NP	Compter le nombre de phrase	
M	Calculer le nombre moyen de mots par phrase = NM / NP	
P	Compter le nombre de mots dont la longueur est supérieur ou égal à 4 syllabes, en prenant en compte les syllabes muettes	
Fi	Calculer le « Fog Index » = 0.4 x (M + P)	

Note : Si le texte est trop long, il est possible de prendre en considération uniquement un paragraphe représentatif.

Vérifier le « Fog Index » :

Inférieur à 8	Le texte est fluide et rapidement lisible, ce qui favorise une compréhension et une mémorisation immédiate	<input type="checkbox"/>
Entre 9 et 12	Le texte est facilement lisible et donc plus aisément compréhensible et mémorisable	<input type="checkbox"/>
Entre 13 et 15	Le texte est lisible mais nécessite un certain effort pour être mémorisé	<input type="checkbox"/>
Entre 16 et 18	Le texte est difficile à lire et donc à comprendre. Il est nécessaire de le retravailler en découpant les phrases et en utilisant des synonymes ou des périphrases	<input type="checkbox"/>
Plus de 19	Le texte n'est pas lisible et doit être entièrement retravaillé	<input type="checkbox"/>

### Vérifier le style :

Le style de langue est positif, affirmé et enthousiaste	<input type="checkbox"/>
Le vocabulaire utilisé est positif, affirmé et enthousiaste	<input type="checkbox"/>
Le texte ne comporte pas d'éléments au conditionnel	<input type="checkbox"/>
Le texte ne comporte pas d'éléments dubitatifs (« peut-être », « possible », « éventuellement »...)	<input type="checkbox"/>
Le texte ne comporte pas de concessions (« cependant », « mais », « toutefois »...)	<input type="checkbox"/>
Le texte ne comporte pas de nuances négatives (« peu », « mal », « moins »...)	<input type="checkbox"/>

### Vérifier la police de caractères :

Les polices de caractères utilisées sont lisibles et facilitent la lecture	<input type="checkbox"/>
Le corps du texte utilise une police avec empattements	<input type="checkbox"/>
Les titres utilisent une police sans empattement	<input type="checkbox"/>

### Vérifier l'écriture du discours :

Le texte ne comporte pas trop de parenthèses qui coupent le rythme de lecture	<input type="checkbox"/>
Le texte ne comporte pas de vocabulaire technique ou complexe, d'acronymes ou de sigles non expliqués au préalable	<input type="checkbox"/>
Le texte ne comporte pas trop de signes de ponctuation	<input type="checkbox"/>
Le langage utilisé dans le texte est simple	<input type="checkbox"/>

### Vérifier les paragraphes :

Chaque paragraphe ne contient qu'une seule idée	<input type="checkbox"/>
Les paragraphes sont indépendants et ne s'appuient pas sur le reste du texte car celui-ci n'a pas toujours été lu	<input type="checkbox"/>
Chaque nouveau paragraphe contient une accroche de façon à inciter le lecteur à le lire	<input type="checkbox"/>
Les transitions entre paragraphes sont fluides de façon à faciliter la continuité de la lecture	<input type="checkbox"/>
La seule lecture des titres permet de comprendre l'argumentaire et le contenu du texte	<input type="checkbox"/>
Les énumérations sont faites sous forme de listes pour faciliter la lecture	<input type="checkbox"/>
La transition entre deux pages de texte se fait au milieu d'une phrase de façon à inciter à la lecture de la page suivante	<input type="checkbox"/>

### Vérifier la forme du discours :

Le document ressemble à une lettre personnelle et non un imprimé commercial diffusé massivement afin d'inciter le lecteur à en prendre connaissance	<input type="checkbox"/>
Le texte débute sur des propos concernant les électeurs et non le candidat ou le programme afin de les inciter à poursuivre la lecture	<input type="checkbox"/>
Le document ne mentionne pas de dates afin de pouvoir être réutilisé ultérieurement	<input type="checkbox"/>
Le document a été vérifié par plusieurs relecteurs	<input type="checkbox"/>
Le document est conforme à la législation électorale	<input type="checkbox"/>