



## Comment écrire un bon article ?

Outil contenant des conseils et des idées pour la rédaction d'articles pour une newsletter

Christian Kuijstermans & Reagan Mwanaweka  
Pain pour le Monde  
Septembre 2023

## Points importants pour écrire un bon article<sup>1</sup>

### 1. Décider du sujet.

De quoi parlera l'article ? Il peut s'agir d'activités spécifiques dans un projet, ou d'un développement pertinent (pour votre groupe cible !) qui a eu lieu, ou d'informations pertinentes pour le groupe cible que vous souhaitez partager. Il faut donc choisir un sujet pertinent. Pour cela sélectionnez un sujet d'intérêt et assurez-vous qu'il est en rapport avec votre public cible.

Un sujet fait référence à un aspect spécifique d'une activité, d'une réunion ou d'une situation sur laquelle un article se concentre. Par exemple, si l'on rend compte d'une réunion sur « *le changement climatique au Libéria* », le sujet spécifique pourrait être « *l'exploitation des forêts au Libéria* ».

Il faut savoir qu'une réunion ou un atelier en tant que tel n'est pas un sujet intéressant pour la plupart des gens. Un sujet intéressant pourrait être le quoi et le comment discutés lors de la réunion (la "*situation des enfants des rues à Yaoundé*", ou "*les approches de la réconciliation en République démocratique du Congo, en Sierra Leone, au Libéria et au Cameroun*"). Cela signifie que, dans la plupart des cas, ce n'est pas l'activité ou l'atelier en tant que tel qui présente un intérêt, mais ce qui a été discuté dans l'atelier ou ce qui a été atteint par le biais d'une activité.

**Attention.** Faites une différence entre un sujet et un thème.

En journalisme, un sujet et un thème font référence à deux concepts distincts. Un sujet est le contenu spécifique ou l'événement sur lequel un journaliste se concentre pour écrire un article ou produire un reportage. Il s'agit d'un aspect particulier d'un événement, d'une situation ou d'un problème qui est traité de manière détaillée. Par exemple, si l'événement est une conférence internationale sur le changement climatique en RD Congo, un sujet pourrait être "Les enjeux de la transition énergétique lors de la conférence sur le climat".

Un thème, en revanche, est une idée ou un concept plus large qui englobe plusieurs sujets. Il s'agit d'un fil conducteur ou d'une idée principale qui est traitée à travers différents articles ou reportages. Les thèmes peuvent être abstraits ou concrets et sont souvent liés à des préoccupations sociétales, politiques, économiques ou culturelles. Par exemple, un thème pourrait être "L'éducation à l'ère du numérique" qui pourrait englober des sujets tels que l'utilisation des technologies en classe, l'accès à l'éducation en ligne, etc.

En résumé, un sujet se réfère à un aspect spécifique d'un événement ou d'une situation, tandis qu'un thème est une idée plus large qui traverse plusieurs sujets. Les journalistes choisissent des sujets spécifiques pour développer le thème plus large dans leurs articles et reportages.

### 2. Rassemblez les informations.

Rassemblez les informations dont vous avez besoin pour construire votre article. Cela peut nécessiter de visiter les lieux, d'interroger des témoins et des personnes impliquées et d'utiliser la recherche en ligne pour des recherches plus approfondies. Il peut également être basé sur des rapports ou d'autres documents écrits que vous avez reçus des activités du projet.

---

<sup>1</sup> Basée sur "<https://www.masterclass.com/articles/how-to-write-like-a-journalist#8-tips-for-how-to-write-like-a-journalist>"

N'oubliez pas de bien noter vos sources sur un papier pour ne pas oublier. Cela permettra de bien référencer le contenu.

### 3. Trouvez votre message clé (l'angle).

Quel est le message clé que vous aimeriez transférer dans l'article ? Cela devrait être quelque chose qui est pertinent pour ceux qui lisent l'article. La plupart du temps, il est plus efficace et plus fort de mettre les gens au centre : ce qu'ils ont fait, ce qu'ils ont vécu ou comment quelque chose pourrait avoir un impact sur leur vie. Ce message clé que vous souhaitez transférer doit être présent directement au début de votre article.

➔ **Une mauvaise pratique** : Souvent, les articles commencent par expliquer l'activité : "*Dans le pays de Bong County, Libéria, la commission de justice et paix du Diocèse de Gbarnga a organisé une formation pour 35 travailleurs communautaires sur le suivi des droits de l'homme, financée par Pain pour le Monde*". Ou encore : "*Du 12 au 17 juin 2023, Le Réseau d'Innovations Organisationnelles (RIO/ECC) a organisé une réunion pour les organisations de la société civile des provinces du Nord-Kivu, du Sud-Kivu et du Maniema afin de discuter l'exploitation des ressources naturelles. Cette réunion a été financée par AGIAMONDO et coorganisée avec la Conférence Internationale sur la Région des Grands Lacs*". Ces deux exemples donnent des explications sur l'activité, mais pas sur le message clé. Ces informations - si elles sont pertinentes - peuvent être ajoutées à la fin de l'article, mais jamais au début.

### 4. Rédigez une ouverture fort

C'est le paragraphe d'ouverture de votre article et selon l'angle que vous avez choisi, il fournit les informations essentielles. Ce paragraphe doit répondre aux cinq questions : **qui, quoi, où, quand** et **pourquoi**

### 5. Structurez vos informations.

Un bon article présente l'histoire par ordre d'importance. C'est ce qu'on appelle la structure pyramidale inversée d'un article. Le paragraphe d'ouverture est en haut. La section suivante est le corps de l'histoire et contient d'autres détails à l'appui. La section inférieure, la pointe de la pyramide, contient toute information supplémentaire susceptible d'intéresser un public.

### 6. Utilisez des citations et des expériences.

Un bon article fournit des perspectives, en particulier de ceux pour qui vous travaillez en tant qu'organisation. Leurs expériences doivent être incluses, et si possible, cela doit être fait en termes de citations de ce qu'ils ont dit, ce qu'ils ont expliqué, fait ou appris. Cela offre également différentes perspectives : la perspective de l'auteur et les perspectives de ceux qui ont été cités.

### 7. Écrivez simple.

Utilisez des phrases courtes dans l'article. Il est souvent aussi préférable d'utiliser la forme active plutôt que la forme passive. La forme active est plus directe et utilise souvent moins de mots. Utilisez donc « elle est allée voir le chef de la commune » au lieu de « le chef de la commune été visité par elle ».

### **8. Utilisez un langage clair et concis**

Évitez les termes techniques ou compliqués et utilisez un langage simple et compréhensible pour que vos lecteurs puissent suivre facilement.

### **9. Ajoutez des exemples concrets**

Illustrez vos propos avec des exemples précis et pertinents pour rendre votre contenu plus vivant et concret.

### **10. Relisez et corrigez**

Prenez le temps de relire attentivement votre article, corrigez les fautes d'orthographe, de grammaire ou de syntaxe pour assurer une publication sans erreurs.

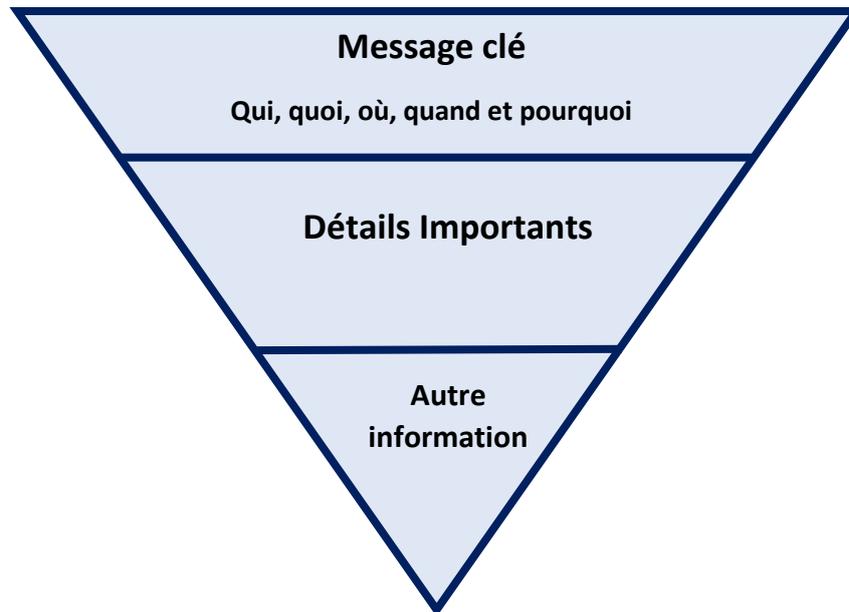
### **11. Vérifiez vos sources.**

Vérifiez toutes les informations et déclarations que vous fournissez. Avant d'insérer une opinion ou une citation qui exprime une opinion, assurez-vous que ce qui est dit est également correct. Par exemple, si quelqu'un dit que l'administration locale n'a jamais organisé de réunions dans la communauté, vérifiez-le avant de le mettre dans un article ! Assurez-vous également que vous disposez des informations que vous avez recueillies et des coordonnées de toute personne que vous avez interrogée au cas où il serait ultérieurement nécessaire de vérifier cela.

### **12. Editez votre travail.**

Après avoir lu l'article, relisez-le une fois de plus. Vérifiez l'orthographe et la clarté de votre contenu. Mais même après avoir vérifié votre article, il devrait être vérifié une fois de plus par un éditeur. S'il n'existe pas d'éditeur officiel, vous pouvez également faire appel à un autre collègue pour relire les articles de l'autre

## Utilisation de la structure pyramidale inversée pour votre article<sup>2</sup>



En journalisme, la pyramide inversée fait référence à une structure d'un article où **l'information la plus importante (ou ce qui pourrait même être considéré comme la conclusion) est présentée en premier**. Le qui, quoi, quand, où et pourquoi apparaissent au début d'une histoire, suivis de détails à l'appui et d'informations générales. Le nom "pyramide inversée" vient de la représentation des faits généraux en haut de l'article, suivis de détails de plus en plus petits, comme un triangle en équilibre sur un coin.

Ce style d'écriture amène les lecteurs rapidement à l'essentiel et **convient à tous les types de lecteurs**. Même ceux qui ont le temps ou l'envie de lire un seul paragraphe, ou même une seule phrase, sauront toujours de quoi parle l'article. La pyramide inversée aide également les éditeurs lorsqu'ils doivent couper un morceau à une certaine longueur pour s'adapter à une publication : si les paragraphes deviennent de moins en moins importants au fur et à mesure que vous avancez dans l'article, **l'article peut facilement être coupé** à pratiquement n'importe quel point.

**La pyramide inversée est parfaitement adaptée au Web** - sur n'importe quelle taille d'écran. Nous savons que les lecteurs ne lisent pas attentivement en ligne. Ils ont peu de patience pour un contenu qui ne les engage pas. Les lecteurs défilent, mais uniquement lorsqu'ils pensent que le contenu qu'ils souhaitent ou dont ils ont besoin apparaîtra sur cette page. Le style de pyramide inversée aborde tous ces aspects du comportement du lecteur.

L'utilisation du style de pyramide inversée :

- **Améliore la compréhension** : les lecteurs peuvent rapidement obtenir une compréhension générale de l'article. Cela leur permet de comprendre plus facilement les détails qui suivent
- **Diminue le temps nécessaire pour obtenir le message principal** : les lecteurs peuvent comprendre le message principal de l'article même sans lire beaucoup

---

<sup>2</sup> Basée sur "<https://www.nngroup.com/articles/inverted-pyramid/>"

- **Encourage la lecture** : en engageant le lecteur avec le point principal directement depuis le début, il est attiré plus facilement dans les détails qui suivent après
- **Structure le contenu de l'article de manière logique**
- **Soutient les lecteurs qui parcourent les articles** : les lecteurs peuvent rédiger des articles et ils ont toujours compris le message principal.

## Comment écrire dans le style pyramide inversé

### 1. Identifiez votre message clé.

Quelle information est le fait clé que vous voulez que vos lecteurs sachent, même s'ils ne lisent qu'un seul paragraphe ou une seule phrase sur la page ? Qu'est-ce qui résume efficacement toutes les informations qui vont suivre ?

### 2. Classez les informations secondaires.

Décrivez les détails les informations de l'appui de l'article, en donnant la priorité aux informations les plus susceptibles d'intéresser le public le plus large, et en descendant la liste vers les détails plus petits et plus nuancés.

### 3. Écrivez bien et de manière concise.

La structure n'aide les lecteurs que si le contenu est fort. Supprimez les informations inutiles. Allez vite à l'essentiel. Utilisez un langage simple et direct et des paragraphes courts.

### 4. Mettez tous les éléments de contenu avec des informations importantes dans le début de l'article.

Le titre principal doit être descriptif. L'article doit commencer par le point principal. Ceci est décrit immédiatement dans le premier paragraphe. La première phrase de chaque paragraphe doit être la plus importante. Les premiers mots de chaque phrase doivent être porteurs d'informations et indiquer le contenu qui suivra.

### 5. Pensez à ajouter un résumé.

Parfois, il peut être intéressant (mais pas nécessaire) de faire un court résumé à la fin de l'article qui explique une fois de plus les points clés et met l'accent sur le message principal de l'article.

## Qu'est-ce qui est important pour écrire un article pour une newsletter d'une ONG ?

Lorsque vous écrivez pour une newsletter pour une ONG, cela doit être lié à l'objectif que vous aimeriez voir, et plus important encore aux personnes dont vous aimeriez voir la vie changer positivement. Votre angle serait dans ce cas du point de vue des changements positifs qui leur sont arrivés et de la manière dont cela les influence.

Un bulletin d'information des ONG soutient et parle de ce que l'organisation a réalisé. Souvent, les articles peuvent être écrits sur la base des activités qui ont été mises en œuvre. Gardez à l'esprit que les meilleurs articles ne portent pas sur l'activité (la conduite d'une formation ou d'un atelier), mais sur ce qui en a résulté : comment les participants ont-ils pu l'utiliser dans leur vie ? Quelles histoires de changement peuvent-ils raconter grâce au soutien qu'ils ont reçu de votre organisation ? Concentrez-vous sur l'impact de ce que vous faites, et moins sur les activités derrière. Bien sûr, un article peut également inclure des descriptions des activités que vous avez faites, mais ne les mettez pas au début des articles. Ces informations peuvent être incluses dans un paragraphe ultérieur de l'article pour décrire comment votre organisation a joué un rôle déterminant dans la création de ce changement.

Votre lettre d'information est destinée à un groupe cible spécifique. Il se peut que vos bailleurs reçoivent également la newsletter, mais n'oubliez pas qu'elles ne constituent pas votre véritable groupe cible. Il n'est donc pas nécessaire de mentionner votre bailleur, mais plutôt de fournir des données qui "prouvent" que vous avez mis en œuvre votre article. Si un bailleur a financé la newsletter, vous pouvez inclure son logo à la fin de la newsletter.

### Voici d'autres astuces

- N'oubliez pas de rapporter sur l'avancement des indicateurs, les succès stories, les témoignages etc...
- N'oubliez pas aussi d'ajouter des visuels.
- Comprenez qui est votre public et adaptez votre écriture en fonction de leurs besoins, intérêts et niveau de compréhension. Utilisez un langage clair et évitez le jargon technique.
- Évitez les phrases complexes et les blocs de texte trop longs qui peuvent décourager les lecteurs.
- Évitez les termes techniques ou les acronymes qui pourraient ne pas être compris par tout le monde.
- Présentez les missions, les projets et les réalisations de l'ONG de manière concise et claire. Utilisez des données chiffrées et des faits pour renforcer vos arguments.
- Les témoignages de bénéficiaires, de partenaires ou de membres de l'ONG peuvent donner plus de crédibilité à votre texte et illustrer l'impact des actions de l'organisation.
- Encouragez les visiteurs à s'engager davantage en indiquant comment ils peuvent soutenir l'ONG, faire un don ou s'impliquer dans les projets. Utilisez des boutons d'appel à l'action pour les guider.
- Relire et corriger : Avant de publier votre texte sur le site, faites une relecture attentive

- Identifiez les indicateurs pertinents qui mesurent l'impact du projet et démontrent l'efficacité des actions de l'ONG. Ces indicateurs peuvent inclure des données quantitatives telles que le nombre de bénéficiaires, les taux de réussite, les améliorations observées, etc.
- Utilisez des graphiques à barres, des diagrammes circulaires ou d'autres formes de visualisation pour rendre les informations plus compréhensibles et engageantes.
- En plus de présenter les indicateurs positifs, il est important d'être transparent sur les défis auxquels l'ONG est confrontée. En expliquant comment ces défis sont abordés, vous montrez la responsabilité et l'efficacité de l'organisation.
- Illustrez les résultats des indicateurs à travers des études de cas et des témoignages de bénéficiaires. Cela peut donner une perspective concrète du changement généré par le projet.
- Lorsque vous utilisez des termes techniques liés aux indicateurs, assurez-vous de les expliquer de manière claire et accessible. Évitez l'utilisation excessive de jargon qui pourrait décourager la compréhension.
- Utilisez des exemples concrets pour montrer comment les indicateurs ont été utilisés pour évaluer l'efficacité du projet.
- Utilisez des images dans l'article. Les images peuvent ajouter quelque chose à un article, peuvent visualiser un point et en général donner un meilleur aspect à l'article. De bonnes images peuvent même remplacer du texte. Une bonne image peut parfois montrer plus que des mots.

Les images choisies pour un article doivent toujours être pertinentes pour l'article et exprimer ce que l'article veut transmettre. Lorsque vous utilisez une image plus grande, cette image devrait pouvoir raconter l'histoire.

Lorsque vous prenez des photos, assurez-vous que celles-ci montrent le changement réel dont il est question, et de manière à ce que la photo montre ce qui se passe. Ne demandez pas aux gens de regarder dans l'appareil photo et de vous montrer quelque chose (*par exemple, un chef de communauté fier, des villageois et quelqu'un de l'ONG debout devant le puits qui a été construit souriant à l'appareil photo*) : prenez plutôt une photo où ils se trouvent en l'utilisant (*par exemple, une photo montrant une femme avec son fils prenant un seau rempli d'eau du puits à leur domicile - où la photo montre le puits, ainsi que les femmes et son fils sortant du puits et sur le chemin du retour*) .

- Utilisez le son et la vidéo dans un article (web). Dans un bulletin électronique, le son et la vidéo peuvent être intégrés. Vous pouvez soit choisir d'écrire un article complet et proposer des liens vers le son ou la vidéo en tant qu'informations supplémentaires, soit donner une brève description de ce qu'est le son de la vidéo et inviter les lecteurs à suivre le lien.

Et donc, l'ajout de visuels tels que des images, des graphiques ou des vidéos peut grandement enrichir votre article et le rendre plus attrayant pour les lecteurs.

Voici quelques conseils sur l'utilisation de ces éléments visuels :

1. Images : Cherchez des images pertinentes et de haute qualité qui correspondent au sujet de votre article. Assurez-vous d'avoir les droits d'utilisation des images que vous choisissez. Intégrez les images dans le texte de manière appropriée et utilisez des légendes pour les décrire.

2. Graphiques : Les graphiques sont utiles pour présenter des données ou des informations de manière visuelle. Utilisez des graphiques tels que des diagrammes, des tableaux ou des infographies pour illustrer des chiffres, des tendances ou des comparaisons.

3. Vidéos : Les vidéos peuvent être particulièrement engageantes pour les lecteurs. Intégrez des vidéos pertinentes à votre article pour présenter une démonstration, des témoignages ou des interviews. Assurez-vous que les vidéos soient de bonne qualité et qu'elles ajoutent de la valeur à votre contenu.

Lorsque vous ajoutez des visuels, assurez-vous qu'ils sont pertinents, qu'ils renforcent votre message et qu'ils sont compatibles avec la plateforme où votre article est publié. Gardez également à l'esprit l'accessibilité en fournissant des descriptions alternatives pour les personnes ayant une déficience visuelle.

En ajoutant ces visuels, vous pouvez améliorer l'expérience de lecture et captiver davantage vos lecteurs.