

Table des matières

Les auteurs	5
Remerciements	5
Avant-propos	7
L'écriture professionnelle : une écriture de haut niveau	11
Écrire pour un lecteur	11
Deux macro-procédures d'écriture	12
Norme et codification	13
Le choix des genres	13
La gageure d'une taxinomie globale et consensuelle	14
Appréhender les genres par la notion du prototype	15
La nécessité d'une culture de l'adaptation	17
Le choix des discours	17
Raconter	18
Décrire	18
Expliquer	19
Faire agir	19
Convaincre	19
Le choix des registres	19
Le choix des paragraphes, des phrases, des substantifs	20
Choix des paragraphes	20
Choix des phrases	20
Choix des substantifs	23
Le choix des figures de styles	24
Les effets de répétition	24
La disposition des mots	25
L'écriture professionnelle : une communication écrite au service des lecteurs	31
Rédiger un texte cohérent	31
La cohérence externe	31
La cohérence interne	32
Les règles de cohérence interne	33
La pertinence des informations	33
Relier et baliser les informations	35
Les outils de cohérence interne	37
Reprendre une information à l'identique	37
Progression de l'information	39

L'énonciation : la fabrication d'énoncé	40
Le cadre énonciatif	40
La mise en scène énonciative	41
La pragmatique	42
La gestion de la politesse	43
La gestion de l'implicite	43
Rhétorique & argumentation	44
Argumentation et pragmatique	44
L'écriture professionnelle : une organisation et des méthodes de travail	49
Lire et identifier des rapports	49
Les activités de lecture	49
Lire et identifier des communiqués de presse	50
Lire et identifier des plaquettes	50
Lire et identifier des synthèses	50
Le résumé	51
La méthode	51
Les activités d'écriture de base pour le RP : résumé, différents types de synthèse, rapport	51
La rédaction du résumé	52
La synthèse	53
Principes généraux	54
Organisation du plan de synthèse	54
La note de synthèse	54
Les 5 étapes du travail	54
Remarques pour finir	56
La synthèse sur un sujet donné	56
Organisation du travail	56
La gestion des thèmes	56
Les concepts	57
Dénotation et connotation	57
Le rapport	59
Caractéristiques	59
Méthode	60
Rédiger un rapport	60
L'écriture professionnelle : une écriture au service de l'échange d'information	63
Des écrits spécialisés	63
Le compte-rendu	63
Procès-verbal	63
Étape préparatoire	64
Plan	64

Rédaction de procédures	64
Étape préparatoire	65
La structure du texte	65
Rédaction d'offres de services	65
Étape préparatoire	65
Rédaction	65
Rédaction de directives	66
La rédaction de communiqués	66
Planification	66
Structure du texte	66
La note	66
Planification	67
Rédaction	67
La correspondance	67
Approche globale	67
Comment rédiger une lettre?	69
Des écrits numériques	70
La proposition	70
La plateforme de communication	71
La charte graphique	71
Les réseaux sociaux d'entreprise	71
La page Facebook	73
Le compte Twitter (mot anglais signifiant « gazouiller »)	73
La notice numérisée	73
Le courriel	74
Le diaporama	74
Le rapport hypertextuel : le GéoTexte	75
Les liens hypertextuels (Htxt)	76
Les propriétés des liens de surface	76
Les propriétés des liens de structure, le GéoTexte	78
La planification d'un rapport Htxt	80
L'affiche et le slogan publicitaire	81
Le prospectus	81
Des écrits imprimés	81
De la notice à l'opuscule	83
L'écriture professionnelle : les recherches d'informations et de documentations	85
Typologie des données disponibles sur le web et outils de recherche correspondants	85
Besoins d'informations et typologie des requêtes	85
Méthodologie de la recherche d'information	86

Définir le sujet	86
Connaître les outils	87
Analyser les résultats	87
Moteurs et métamoteurs: la recherche par mots clés	88
Exploiter les résultats	88
Moteurs de recherche généraliste	89
Métamoteurs	89
Moteurs de recherche scientifiques	90
Annuaire généralistes	91
Répertoire de signets	91
Sites Internet (portails spécialisés ou thématiques, base de données, etc.): la recherche thématique	91
Bases de données bibliographiques	92
Bibliothèques numériques	92
Portails thématiques (bases de données donnant accès au texte intégral)	92
Portails spécialisés par nature de documents	93
Autres bases de données textuelles: les archives ouvertes, les réservoirs de dépôt et les publications créés par des réseaux de chercheurs ou des institutions.	93
Web social et recherche	93
Guides d'outils de recherche sur le web	94
Quelques aspects juridiques liés à la publication en ligne	95
Le droit d'auteur	95
Droit de l'image	99
Droit de l'image et droit à l'image	99
Droit à la vie privée et droit à l'image	100
Droit à la vie privée	100
Droit à l'image	101
Les ressources libres	103
Pour aller plus loin	105
Rencontre avec le terrain: entretiens avec des professionnels	107
Pouvez-vous présenter votre société et ce qui a participé à sa création?	107
Comment travaillez-vous avec vos clients?	107
Entretien avec Romain Canonge et Christine Robert-Lancrey, fondateurs de la société AD TATUM, Agence de communication, de Copywriting et de production éditoriale (Mars 2012)	107
Quel type de contenu fournissez-vous?	108
Comment vous situez-vous sur le marché?	108
Est-ce que vous ciblez un certain type d'entreprise?	108
Si l'activité de réseau est essentielle, comment trouvez-vous les contacts?	108
Que recherchez-vous lorsque vous employez des rédacteurs stagiaires?	108
Comment avez-vous créé Odanak, comment la société a évolué?	109

Entretien avec Bruno Dupire, Co-fondateur d'Odanak, société de conseil en communication (mars 2012)	109
Qu'est-ce qu'Odanak aujourd'hui?	110
Qu'est-ce qu'être rédacteur dans une société comme la vôtre?	110
Quelles sont les qualités essentielles d'un bon rédacteur, alors?	111
Conclusion : quelques fondamentaux à retenir	113
Bibliographie	115
Les auteurs	119
Table des matières	121