

Titre suggéré : COMMENT ÉCRIRE POUR URBANITÉ

Par : François Goulet, urbaniste

Fonction: *Conseiller en planification à la Ville de Montréal, François Goulet a une longue expérience en journalisme et communication*

Nombre de mots: 1226 mots (excluant titre, auteur, résumé, vignette et notes de bas de page)

Utilisez ce gabarit pour remettre votre projet d'article à **Urbanité**. Il est formaté pour faciliter la rédaction, la mesure et l'édition. Proposez un titre (**Le Comité** se réserve le droit de le modifier). Indiquez votre nom, en précisant, le cas échéant, si vous êtes urbaniste. N'oubliez pas de reporter ce titre et le nom de l'auteur dans l'en-tête ci haut.

Sous votre nom, vous pouvez préciser votre fonction actuelle dans une courte note biographique d'une ligne, deux tout au plus. Si vous avez plus d'une fonction, indiquez celle qui vous semble la plus pertinente en regard de votre texte.

Urbanité, la revue officielle de l'Ordre des urbanistes du Québec s'adresse à tous les professionnels de l'aménagement, qu'ils oeuvrent dans des municipalités, des MRC ou des ministères et mandataires gouvernementaux, qu'ils soient fonctionnaires ou en pratique privée. Toutefois, le lectorat d'**Urbanité** va bien au delà de ces professionnels. Des employeurs, des élus et des clients, des universitaires et leurs étudiants, et de nombreux citoyens que l'aménagement et le développement durable intéressent lisent **Urbanité**. Le comité éditorial souhaite donc que vos articles présentent une information complète, claire et agréable à lire.

Votre article peut s'inscrire dans l'une ou l'autre des chroniques régulières de la revue : coup d'œil municipal, régional ou international, regard sur le passé, opinion, chronique juridique, nouvelle, ou texte relié à la thématique du numéro en cours. Le comité éditorial d'**Urbanité** privilégie les textes succincts, illustrés, de 600 à 1200 mots - 2 à 4 feuillets – qui présentent une réalisation, des conseils pratiques ou une nouvelle approche en aménagement.

Écrire pour être lu

Avant de débiter votre rédaction, demandez vous en quoi votre sujet peut intéresser les lecteurs d'**Urbanité**. Vous pouvez organiser votre rédaction en énumérant quelques enseignements pratiques que vous développerez ensuite, ou en dressant une liste des étapes à considérer pour réaliser un projet similaire au vôtre. Cette liste deviendra la structure de votre article. Votre projet ou votre expérience servira à illustrer vos conseils.

Les articles trop longs découragent le lecteur. Et si le lecteur ne vous lit pas, votre message ne passe pas. Plutôt que d'écrire un mémoire couvrant toutes les facettes d'un sujet, allez à l'essentiel. Choisissez un aspect spécifique de votre sujet, un seul, et développez-le. Il peut s'agir de la présentation d'un plan, d'un aménagement, d'un historique, de conseils techniques, d'une démarche, d'une méthode, d'un compte rendu, d'une opinion, mais ça ne peut pas être tout cela en même temps.

Si vous souhaitez absolument aborder un aspect secondaire ou complémentaire de votre sujet, utilisez l'encadré, d'au plus 200 mots, en aparté de votre texte principal.

Quand vous écrivez un paragraphe, il est conseillé de partir d'une anecdote ou d'un exemple concret pour en tirer ensuite une conclusion plus générale. « Le journaliste raconte une histoire pour en tirer la leçon » explique Gilles Provost, lui même journaliste à l'émission Découverte de Radio Canada¹. Selon lui, les affirmations abstraites doivent toujours venir après l'illustration qui en montre la pertinence.

Dans le même ordre d'idée, présentez le contenu avant le contenant. Si un conférencier fait une déclaration fracassante sur le ministère de l'Environnement, commencez avec ses propos : « *Le ministère fait fausse route!* » *Voilà ce qu'a soutenu hier monsieur Untel, à l'occasion de ...*

Les courtes citations relancent l'intérêt du lecteur. Utilisez-les et ce, même si vous écrivez à propos d'un de vos projets. Vous pouvez citer un témoin de votre projet, un client, un élu, le représentant d'un bailleur de fonds ou encore, un chercheur ayant étudié un projet similaire. Par leurs citations, ces personnes apportent la crédibilité de leur fonction. La citation est aussi une façon élégante de présenter des confrères ayant participé à votre projet.

¹ Plusieurs de nos conseils sont empruntés à un texte de Gilles Provost : *Guide à l'intention des candidats et candidates à la Bourse Fernand-Seguin*, www.acs.qc.ca/bourse/guide_vulgarisation.pdf

Les citations les plus efficaces sont les plus imagées, les plus courtes aussi. Mettez entre guillemets les propos les plus colorés de votre source, et résumez hors guillemets le reste de sa pensée.

Les paragraphes de conclusion ne sont pas nécessaires dans un article de quatre feuillets. Ils sont généralement répétitifs, d'autant plus que votre conclusion devrait se trouver dans votre premier paragraphe.

La deuxième version

Quand vous avez atteint 1 200 mots (environ quatre feuillets à double interligne), arrêtez vous. C'est maintenant le temps d'éditer votre texte, en commençant par l'entrée en matière.

Des études ont montré que 90 % des lecteurs ne termineront pas la lecture d'un article. La moitié ne se rendra même pas au troisième paragraphe. En un coup d'œil, ils vont juger si votre texte est digne d'être lu. Vous n'avez que quelques lignes pour retenir leur attention.

Oubliez donc les longues introductions théoriques. Reposez-vous la question : «qu'est-ce que je veux que les lecteurs retiennent»? Si vous êtes capable de résumer votre conclusion en quelques mots, ce sera votre premier paragraphe, l'amorce.

Demandez vous ensuite si votre texte répond aux sept grandes questions que pourrait se poser le lecteur: quoi, qui, quand, où, comment, pourquoi, combien. Portez attention aux détails factuels qui répondent à ces questions. Voyez si vous pouvez clarifier certaines idées, biffer les répétitions, raccourcir certaines phrases ou paragraphes.

Faites-vous relire par quelqu'un peu familier avec votre sujet, pour vérifier si votre message est clair. Si vous travaillez pour une organisation importante, celle-ci embauche peut-être des spécialistes en communication qui pourront vous conseiller.

Quelques modèles de rédaction

Le plus souvent les textes proposés à **Urbanité** prennent la forme soit d'un texte d'opinion, soit d'une dissertation sur un projet d'aménagement auquel l'auteur a participé. Mais vos textes peuvent prendre plusieurs autres formes:

La forme journalistique²

Il s'agit ici d'une présentation impartiale d'un enjeu d'aménagement auquel l'auteur n'est pas lié. On y trouve les différents aspects d'une situation, et en référence les interlocuteurs clés. Ce type de texte requiert certaines habiletés... journalistiques!

Un compte-rendu³

Un compte rendu permet de résumer les idées les plus percutantes exprimées à l'occasion d'un colloque ou d'un séminaire. Dans ce cas, le rédacteur doit se positionner comme observateur. Au lieu de donner son opinion, il rapportera celles des conférenciers, en faisant bon usage des citations des uns et des autres. Autant que possible, l'auteur doit illustrer la diversité des idées exprimées (S'il n'y a qu'un seul conférencier, la formule de l'entrevue est plus appropriée).

L'entrevue⁴

L'entrevue donne la parole à une personne reconnue pour sa compétence ou pour l'originalité de son opinion. En guise de préparation, le rédacteur se documente sur la personne interviewée, et formule à l'avance ses questions en ayant une idée des réponses qu'il souhaite obtenir. Ces réponses ne seront pas publiées intégralement: comme pour tout autre article, l'entrevue doit être formatée en fonction de l'intérêt du lecteur. Pour ce faire, le rédacteur choisit les extraits les plus significatifs de l'entrevue, en s'assurant de toujours respecter la pensée de la personne interviewée.

² Voir l'exemple de Marie-Hélène Poirier, *Quitte ou double pour la Promenade Sainte-Catherine*, dans **Urbanité**, octobre 2005, page 44, www.ouq.qc.ca/documents/Urbanite/allo.pdf

³ Voir l'exemple de François Dufaux, *Un formidable défi immobilier, le patrimoine religieux*, dans **Urbanité**, mars 2005, page 17, www.ouq.qc.ca/documents/Urbanite/patrimoine.pdf

⁴ Voir l'exemple *Mobiliser des supporteurs plutôt que convaincre les opposants*, Entrevue de François Cadotte avec Debra Stein, dans **Urbanité**, Juillet 2003, page 21 www.ouq.qc.ca/documents/urbanite07.pdf

*Le texte didactique*⁵

Le lecteur a parfois besoin de se faire rappeler les concepts de base d'un sujet, qu'ils soient légaux ou techniques. Dans un texte didactique, l'auteur se positionne comme expert. Il énumère les fondements juridiques d'un pouvoir, il définit les principaux concepts d'un domaine. Ce type de texte sert souvent d'introduction à d'autres textes d'un dossier thématique.

*Les conseils pratiques*⁶

Les conseils pratiques constituent une forme plus légère que la formule précédente. Le rédacteur cite diverses sources qui partagent, à leur tour, des trucs du métier. Cette forme d'article offre l'avantage d'un survol rapide de plusieurs aspects d'un même sujet.

⁵ Voir l'exemple de Pascal Lacasse, *Affichage 101*, dans **Urbanité**, Juillet 2005, page 6, www.ouq.qc.ca/documents/Urbanite/affichage.pdf

⁶ Voir l'exemple de François Goulet, *10 conseils pour une consultation réussie*, dans **Urbanité**, octobre 2005, page 34, www.ouq.qc.ca/documents/Urbanite/allo.pdf

Illustrations et vignettes 1

Les illustrations sont déterminantes dans la décision de lire ou non un article. Portez autant d'attention à leur choix qu'à la rédaction de votre texte. Les illustrations doivent être dans un fichier distinct du texte, et en format JPG ou GIF, numérisés à une résolution de 300 dpi. Il vous faut aussi penser à rédiger une vignette, c'est à dire une description de cette illustration. Celle-ci, habituellement numérotée, sert à préciser la séquence des illustrations « Photo 1, photo 2 ». On peut aussi y reprendre un passage de l'article, ou encore introduire une idée que vous n'avez pas pu développer dans le texte, faute d'espace. La longueur variera de quelques mots à 6 lignes.

Vous pouvez vous familiariser avec la revue ***Urbanité*** en la consultant sur le site Internet www.ouq.qc.ca.

Pour plus de renseignements, communiquez avec :

Geneviève Masson

Chargée des communications à l'Ordre des urbanistes du Québec

(514) 849-1177 poste 27, gmasson@ouq.qc.ca.