

Lexique de la communication

LES TERMES COURAMMENT UTILISÉS DANS LA COMMUNICATION

Comme tout domaine professionnel, technique, la communication a son vocabulaire, parfois issus de l'anglais, qu'il convient de connaître pour bien communiquer et se comprendre entre acteurs de la communication. Vous trouverez ici une liste, non exhaustive, des termes les plus couramment utilisés.....

► **Accroche**

début d'un article qui doit attirer l'attention du lecteur. Il existe différents types d'accroches :

- Question(s), interpellation. Ex. : « Comment protéger les AMP ? Telle est la question que se sont posé les participants du forum... ».
- In situ : on plonge le lecteur dans l'action, sur le terrain.
- Citation. Commencer par une citation qui illustre le sujet.
- Rappel. Rappeler un fait passé ayant un rapport avec le sujet dont l'article va parler.
- Déclarative. Ex. : « La réglementation ne semble pas respectée... ».
- Injonctive. Ex. : « Arrêtons de... ».
- Anecdote, permettant d'illustrer le sujet.
- Affirmative, polémique
- Fictive ; imaginer un dialogue qui aurait pu avoir lieu ou qui pourrait avoir lieu dans l'avenir, par exemple, pour commencer le propos par une hypothèse.

► **Angle**

façon dont on aborde le sujet d'un article : polémique, technique, humain, stratégique...

► **Basse déf, haute déf**

basse définition, haute définition. Désigne la qualité d'une image. 72 dpi = basse définition, convient pour les écrans ou l'Internet. 300 dpi = haute définition, indispensable pour l'édition.

► **BAG**

Bon A Graver. En édition, étape de validation du contenu (textes, images, composition) d'une maquette, habituellement d'après un PDF, qui indique que le document peut être envoyé en gravure. Voir également « BAT ».

► **Bas de casse (bdc)**

expression pour désigner les lettres minuscules. Vient de l'ancien métier d'imprimeur qui utilisait des lettres de plomb rangées dans des cases en bois appelées « casse ». Les minuscules se trouvaient dans les casses du bas. Voir également « CAP ».

► **Base line**

slogan qui sert de signature au nom d'une publication par ex., ou à un produit/service dans une publicité. Ex. : « Bemba di Vida – Le bulletin d'information de l'IBAP ».

► **BAT**

Bon A Tirer. En édition, étape de validation sur épreuve papier (Cromalin®, Iris®...) qui indique que le document peut partir en impression. A ce stade, en théorie, il n'est possible que de modifier la chromie (y a-t-il trop de rouge, trop de bleu, doit-on densifier, etc.). Si l'on est d'accord, on indique au dos de chaque tirage « OK pour BAT » ou « OK » en y ajoutant la date et sa signature. En pratique, il est parfois possible maintenant, grâce aux techniques informatiques, de modifier la maquette même si le BAG a été validé et le Cromalin® tiré.

► **Brief**

bref cahier des charges, formel ou informel qui sert à commander une prestation.

► **Cahier des charges**

document indiquant à un prestataire l'objet de son travail (description de l'organisation demandeuse, contexte, objet, objectif, cibles, moyens, planning, livrable...).

► **Calibrage**

« quantité » de texte défini en nombre de caractères ou de « signes espaces compris ». Sert à définir le volume de texte demandé avant la rédaction. Un « feuillet » a un calibrage de 1 500 signes espaces compris. Dans le logiciel Word, on peut connaître le calibrage d'un texte en sélectionnant celui-ci puis en allant dans « Révision/Statistiques ».

► **Cap (CAP)**

lettres capitales, majuscules.

► **Chapô**

introduction, accroche d'un article, situé entre le titre et le texte, généralement en gras.

► **Charte graphique**

document rassemblant les règles et les éléments indiquant comment représenter formellement l'identité visuelle d'une organisation. On y indique toutes les déclinaisons du logo, les règles à suivre pour son utilisation ; la ou les polices à utiliser ; les codes couleurs (CMJN, RVB, Pantone). Toutes les applications possibles : papeterie (cartes de visite, papier à en-tête, factures, enveloppes...), web, emballages, véhicules, signalétique des locaux... La charte graphique est aussi composée de tous les fichiers informatiques nécessaires : JPEG, EPS, AI, PNG, PDF, en CMJN, RVB...

► **Chemin de fer**

sorte de plan d'une publication indiquant, page par page, les rubriques ou articles prévus. Peut être réalisé avec Excel.

► **Community manager**

personne chargée de gérer, animer un site web, intranet, des réseaux sociaux.

► **Corrections d'auteur**

il s'agit des modifications apportées à un texte, une maquette. Lorsqu'une agence, un graphiste, indique à son client que ses modifications seront prises en « corrections d'auteur », cela signifie généralement qu'elles seront facturées en plus du prix convenu au départ. On peut définir le prix des corrections d'auteur à l'avance, après deux modifications comprises dans le forfait, par exemple.

► **Couv'** (1ère, 2e, 3e, 4e de couv')

couverture d'une publication. 1re page de couverture, 2e page...

► **Cromalin®**

tirage sur papier photo le plus fidèle possible à l'impression finale, réalisé pour le BAT, servant à valider la chromie du document (y a-t-il trop de rouge, trop de bleu, doit-on densifier, etc.).

► **Dpi**

Dot per inch, ou « point par pouce » (ppp). Unité de mesure des images. 72 dpi = basse définition, convient pour les écrans, Internet. 300 dpi = haute définition, indispensable pour l'édition.

► **Encadré**

partie de texte, entouré d'un cadre ou sur un fond de couleur, qui se distingue du reste du texte. Permet un 2e niveau de lecture. Utilisé pour des interviews, des données techniques, chiffrées, un complément d'information.

► **Engagement**

sur les réseaux sociaux, désigne l'ensemble des actions interactives avec ses abonnés. Ex. : les « j'aime », partages, commentaires sur un post de Facebook, les retweets sur Twitter. Le « taux d'engagement » est le résultat du nombre d'interactions rapporté au nombre d'abonnés. Ex. : pour 1 000 abonnés, si on enregistre 100 interactions, le taux d'engagement est de 10 %.

► **E-réputation**

réputation d'une organisation, d'une personnalité sur Internet.

► **Feuillet**

unité de mesure pour la presse. Un feuillet = 1 500 signes espaces compris.

► **Identité visuelle**

ensemble des éléments graphiques qui constituent la signalétique de l'entreprise, la façon de la représenter graphiquement. Elle porte sur cinq éléments, qui permettent d'identifier, de reconnaître immédiatement une organisation : le nom de l'organisation ou de la marque ; le logo ; la signature ; le code couleurs ; la police de caractères. Tous les éléments et les règles d'utilisation de l'identité visuelle sont regroupés dans un document appelé « charte graphique ».

► **Iris®**

idem que Cromalin®. Il s'agit d'une autre marque.

► **Linking/cross linking/back linking**

désigne le fait d'établir des liens hypertexte entre ses espaces web, ou les liens externes qui pointent vers son site.

► **Lobbying**

communication d'influence discrète, « de couloir » qui consiste à essayer de convaincre des décideurs (élus, responsable d'organismes de régulation, de certification...) de mettre en œuvre ou de modifier des lois, règles en sa faveur.

► **Media planning**

planning de mise en œuvre d'une campagne média. Le document indique a minima, sous forme de calendrier, à quels moments seront diffusés des insertions et dans quels médias (presse, Web, radio, TV, affichage).

► **Ours**

informations indiquant, dans une publication (journal, magazine), les noms et fonctions des responsables, journalistes, et autres employés ou sous-traitant de la publication (infographiste, imprimeur...), ainsi que les coordonnées de celle-ci. C'est une obligation légale.

► **Plaidoyer**

communication d'influence de masse qui consiste à essayer de convaincre indirectement des décideurs (élus, responsable d'organismes de régulation, de certification...) de mettre en œuvre ou de modifier des lois ou règles en sa faveur en utilisant des moyens de communication ciblant le grand public. La communication de plaidoyer utilise les médias, Internet pour inciter le grand public à faire pression sur les décideurs.

► **Police**

type de caractère d'imprimerie. Il existe des milliers de polices. Certaines sont payantes car il s'agit d'œuvres artistiques. Il existe une multitude de familles de polices. On distingue souvent deux grands types de police : avec et sans Sérif. Les Sérif sont des polices avec « pied » ou « empattement », comme la Times New Roman. Ce type de police est très classique. Les polices Arial ou Calibri, par exemple, font partie des polices « sans Sérif » ou dites « bâtons », très lisible. Une police peut être un signe de communication, peut apporter une touche moderne, classique, décalée, originale. Attention à la lisibilité et à la place que prennent certaines polices. On parle de « corps » pour la taille des caractères.

► **PPP**

point par pouce. Cf « dpi ».

► **Prospect**

client potentiel.

► **Quadrichromie**

voir « RVB/CMJN ».

► **Recette/recettage**

phase de validation, généralement dans les projets informatiques, Internet. Ex. : phase de validation d'un site Internet avant sa mise en ligne. Le valideur doit indiquer au prestataire, au développeur, toutes les erreurs, les dysfonctionnements, appelés « réserves ». Les problèmes doivent être réglés (les réserves doivent être « levées ») avant la mise en ligne.

► **Référencement/**

Référencement naturel

appelé aussi SEO (« Search Engine Optimization »), le référencement est l'art d'améliorer la visibilité d'un site et d'augmenter son trafic en se basant sur les moteurs de recherche, et sur Google en particulier. Le référencement naturel observe les règles dictées par les moteurs de recherche, sans les enfreindre donc, et ne fait pas appel à l'achat de mots clés.

► **Registrar**

organisme habilité à vendre et gérer des noms de domaine.

► **Signature**

quelques mots, slogan, associé à un logo, à la communication d'une organisation, qui indique ses valeurs, son identité, son projet, son ambition. Ex. : « MAVA – Fondation pour la nature ».

► **Tête**

partie supérieure de la 1^{ère} de couverture (voir « couv' ») d'une publication. Elle comprend généralement le nom de la publication, le numéro, la date, éventuellement une base line.

► **Titraile**

ensemble des surtitres, titres, sous-titre. On peut y inclure le chapô et les intertitres.

► **RVB/CMJN**

Rouge Vert Bleu/Cyan Magenta Jaune Noir. Couleurs primaires utilisées, avec des principes différents, pour composer toutes les autres couleurs. RVB = pour les écrans, Internet. CMJN = pour l'édition, on parle alors de « quadrichromie ».

Verbatim

► dans l'édition, citation ou extrait de citation mise en exergue dans un article, un texte. Sert à capter l'attention, apporter une information, dynamiser une maquette.