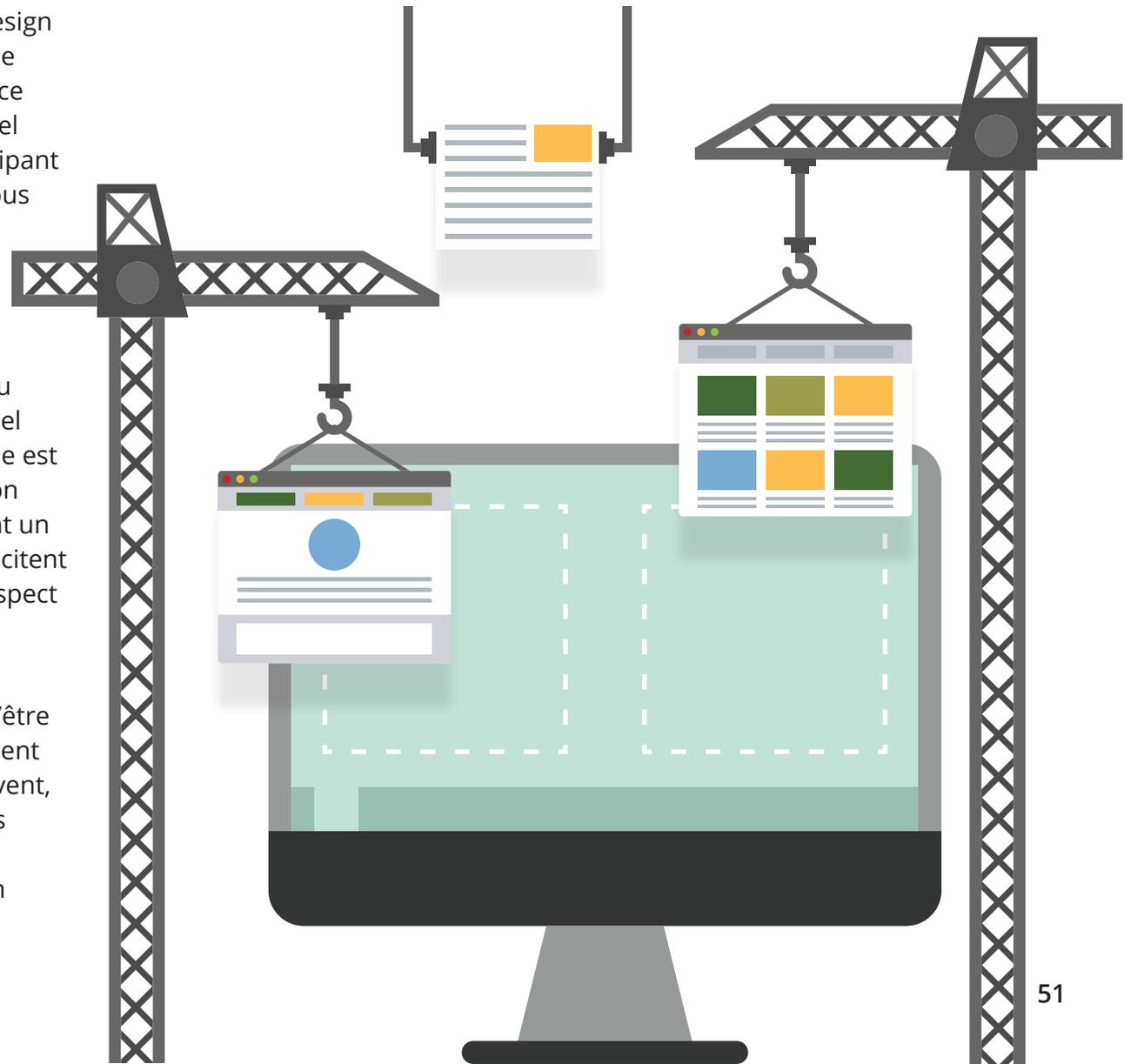


Concevoir le design graphique et ergonomique

La conception visuelle a un impact important sur la qualité d'une formation à distance. Un bon design visuel guide efficacement le participant dans le cours, capte son intérêt et offre une expérience visuellement agréable. Lorsque le design visuel est bien réalisé, il est plus facile pour le participant de se concentrer et d'assimiler le contenu. Nous apprenons et retenons mieux ce qui suscite notre intérêt et retient notre attention!

Certains sondages démontrent que plus de 40% des apprenants trouvent ennuyeux les contenus à distance. Et on sait qu'ils ont du mal à adhérer à une formation au design visuel chaotique, même lorsque le contenu lui-même est excellent. Selon les commentaires recueillis, on estime que la majorité des cours proposés ont un design peu soigné et attrayant et qu'ils ne suscitent pas une envie d'y participer. Il est clair que l'aspect visuel joue sur la motivation des participants.

Or, la bonne nouvelle, c'est que, grâce à la technologie actuelle, il n'est plus nécessaire d'être graphiste pour créer une formation visuellement attrayante et efficace! Dans les pages qui suivent, nous allons voir comment appliquer quelques techniques de base pour améliorer le design graphique et ergonomique de la formation en ligne.



L'interface utilisateur

L'interface utilisateur, c'est la partie visuelle d'un logiciel, d'un site web, d'une plateforme d'apprentissage et qui permet à l'utilisateur de naviguer et d'interagir avec le contenu. Les boutons, les menus, les couleurs, la navigation... tout cela fait partie de l'interface utilisateur. Pendant la conception d'une formation à distance, il faut tenter d'anticiper ce que le participant devra faire et comment il le fera, afin de rendre l'interface intuitive et conviviale. Idéalement, tout nouvel utilisateur devrait pouvoir utiliser l'interface sans avoir à consulter un mode d'emploi. Voici trois principes importants à mettre en oeuvre pendant la conception d'une interface utilisateur.

Indiquez clairement le chemin à suivre

Arrivé à la fin d'une page, d'une activité ou d'un exercice, le participant ne devrait pas avoir à se demander quoi faire pour continuer. Que ce soit à l'aide d'un bouton, d'une flèche ou d'une consigne, assurez-vous de guider clairement le participant.

Appuyez-vous sur des normes existantes

Les pages Web et les modules de formation à distance sont similaires sur le plan du design : navigation, boutons, liens hypertextes, mise en page, etc. Puisque le participant accède généralement à la formation à distance par le biais du Web (ordinateur, tablette ou téléphone intelligent), il s'attend à avoir une expérience similaire. Par exemple, le participant déduira probablement qu'un texte bleu souligné est un hyperlien. Assurez-vous que votre formation respecte les normes courantes et qu'elle réponde aux attentes des participants.

Gardez la navigation simple et facile

Tous les boutons et autres éléments de navigation devraient être évidents, faciles à repérer et à identifier. Ne dissimulez pas les éléments de navigation pour obtenir un design épuré et élégant. Mettez sur la convivialité avant tout. Les participants devraient naviguer dans le cours sans se sentir frustrés ou confus.

Évitez les symboles complexes ou mystérieux que les participants risquent de ne pas comprendre. Assurez-vous toujours que les liens sur la page sont visibles (et actifs), au lieu d'être noyés parmi les autres éléments graphiques.

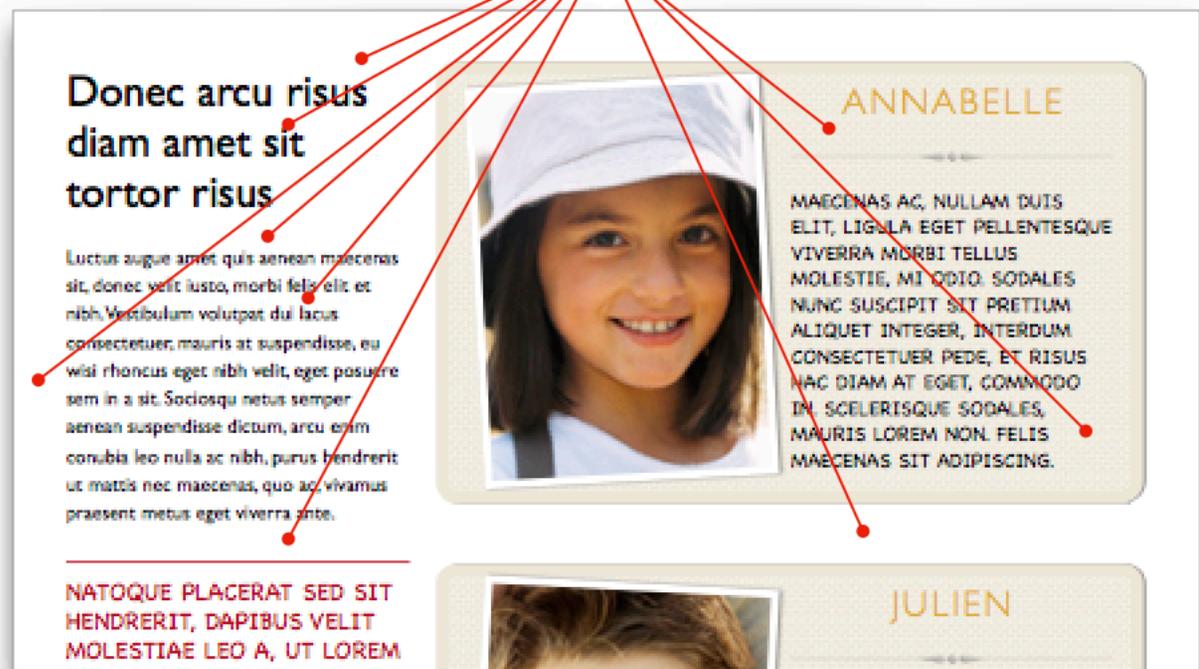
L'espace blanc

Par espace blanc, on entend tout espace vide autour du texte, des images, des graphiques et même entre les lignes de texte. C'est l'espace qui permet aux éléments sur la page de « respirer ». En d'autres mots, l'espace blanc sert à aérer les éléments du contenu (les mots et les images) et ainsi les rendre plus facilement compréhensibles et assimilables.

L'espace blanc est un élément de design important, mais souvent négligé. En effet, on a souvent le réflexe de vouloir remplir chaque centimètre carré de la page avec du contenu. Or, à vouloir inclure trop d'information, on peut semer la confusion et même provoquer la surcharge cognitive. Imaginez un discours sans aucune pause ou respiration!

Il ne faut pas voir l'espace blanc comme du « gaspillage d'espace ». Au contraire, l'espace blanc est indispensable pour la clarté : une page aérée est plus invitante à la lecture qu'une page surchargée.

Espace blanc



L'espace blanc ne doit pas forcément être blanc, mais simplement vide. D'ailleurs, on utilise parfois les appellations espace vide, espace négatif ou zone de repos pour désigner l'espace blanc.

À titre d'exemple, voici deux pages avec le même texte. Laquelle préféreriez-vous lire?

Phasellus ullamcorper ipsum rutrum nunc quam felis

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim.

Ullamcorper ipsum rutrum

Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, imperdiet a, venenatis vitae, justo. Nullam dictum felis eu pede mollis pretium. Integer tincidunt. Cras dapibus. Vivamus elementum semper nisi. Aenean vulputate eleifend tellus. Aenean leo ligula, porttitor eu, consequat vitae, eleifend ac, enim. Aliquam lorem ante, dapibus in, viverra quis, feugiat a, tellus. Phasellus viverra nulla ut metus varius laoreet. Quisque rutrum. Aenean imperdiet. Etiam ultricies nisi vel augue. Curabitur ullamcorper ultricies nisi. Nam eget dui. Etiam rhoncus.

Cum sociis natoque penatibus

Maecenas tempus, tellus eget condimentum rhoncus, sem quam semper libero, sit amet adipiscing sem neque sed ipsum. Nam quam nunc, blandit vel, luctus pulvinar, hendrerit id, lorem. Maecenas nec odio et ante tincidunt tempus. Donec vitae sapien ut libero venenatis faucibus. Nullam quis ante.

Etiam sit amet orci eget eros faucibus tincidunt. Duis leo. Sed fringilla mauris sit amet nibh. Donec sodales sagittis magna. Sed consequat, leo eget bibendum sodales, augue velit cursus nunc, quis gravida magna mi a libero. Fusce vulputate eleifend sapien. Vestibulum purus quam, scelerisque ut, mollis sed, nonummy id, metus.

Nullam accumsan lorem in dui. Cras ultricies mi eu turpis hendrerit fringilla. Vestibulum ante ipsum primis in faucibus orci luctus et ultrices posuere cubilla Curae; In ac dui quis mi consectetur lacinia. Nam pretium turpis et arcu. Duis acu tortor, suscipit eget, imperdiet nec, imperdiet iaculis, ipsum. Sed aliquam ultrices mauris.

Maecenas malesuada

Integer ante arcu, accumsan a, consectetur eget, posuere ut, mauris. Praesent adipiscing. Phasellus ullamcorper ipsum rutrum nunc. Nunc nonummy metus. Vestibulum volutpat pretium libero. Cras id dui. Aenean ut eros et nisl sagittis vestibulum. Nullam nulla eros, ultricies sit amet, nonummy id, imperdiet feugiat, pede. Sed lectus.

Donec mollis hendrerit risus. Phasellus nec sem in justo pellentesque facilisis. Etiam imperdiet imperdiet orci. Nunc nec neque. Phasellus leo dolor, tempus non, auctor et, hendrerit quis, nisi. Curabitur ligula sapien, tincidunt non, euismod vitae, posuere imperdiet, leo. Maecenas malesuada. Praesent congue erat at massa. Sed cursus turpis vitae tortor. Donec posuere vulputate arcu. Phasellus accumsan cursus velit. Vestibulum ante ipsum primis in faucibus orci luctus et ultrices posuere cubilla Curae; Sed aliquam, nisi quis porttitor congue, elit erat euismod orci, ac.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem.

Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, imperdiet a, venenatis vitae, justo. Nullam dictum felis eu pede

Phasellus ullamcorper ipsum rutrum

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim.

Ullamcorper ipsum rutrum

Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, imperdiet a, venenatis vitae, justo. Nullam dictum felis eu pede mollis pretium. Integer tincidunt. Cras dapibus. Vivamus elementum semper nisi. Aenean vulputate eleifend tellus.

Aenean leo ligula, porttitor eu, consequat vitae, eleifend ac, enim. Aliquam lorem ante, dapibus in, viverra quis, feugiat a, tellus. Phasellus viverra nulla ut metus varius laoreet. Quisque rutrum. Aenean imperdiet. Etiam ultricies nisi vel augue. Curabitur ullamcorper ultricies nisi. Nam eget dui. Etiam rhoncus.

Cum sociis natoque penatibus

Maecenas tempus, tellus eget condimentum rhoncus, sem quam semper libero, sit amet adipiscing sem neque sed ipsum. Nam quam nunc, blandit vel, luctus pulvinar, hendrerit id, lorem. Maecenas nec odio et ante tincidunt tempus. Donec vitae sapien ut libero venenatis faucibus. Nullam quis ante.

Quelques simples modifications ont été apportées dans le document de droite pour améliorer la mise en page: les marges du document et les espaces autour des blocs de texte, des titres et des éléments graphiques ont été agrandies. L'interligne a aussi été augmenté légèrement ainsi que la taille des caractères de titres.

Voici deux cartes d'affaire avec la même information. Dans celle de droite, un peu d'espace entre les numéros suffisent pour les rendre plus intelligibles et plus faciles à mémoriser.

PAULO

Bureau Cellulaire
50687626845068765873

PAULO

Bureau Cellulaire
506-876-2684 506-876-5873

Éviter la surcharge d'information

Pour bien comprendre l'importance de l'espace blanc en design, imaginez que vous êtes à la recherche d'une chaise de bureau. Vous visitez 2 magasins.

Dans le premier, la salle de montre est pleine à craquer de chaises entassées les unes contre les autres. Il y a certes beaucoup de choix, mais ce n'est pas facile de repérer rapidement ce qui vous plaît. Aucune chaise n'est mise en valeur.



Dans le deuxième magasin, l'éventail est plus limité, mais comme il y a plus d'espace entre les meubles, il est plus facile d'apprécier chaque pièce à sa juste valeur et de faire un choix.

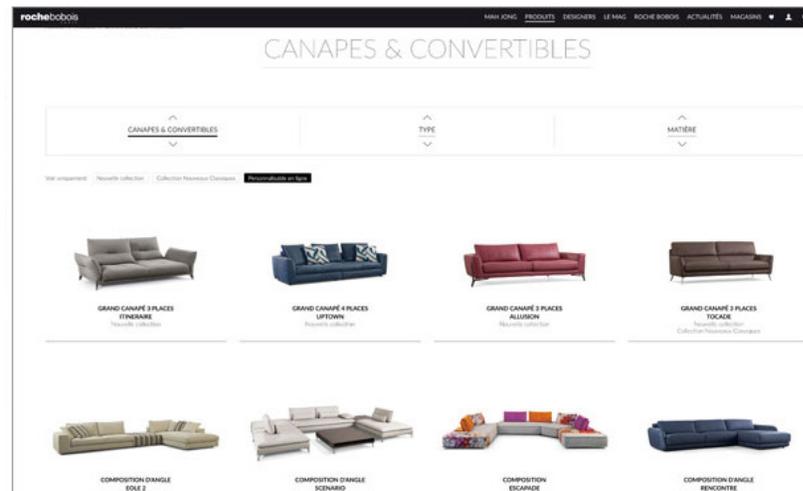


Il en va de même avec le design d'un document, qu'il s'agisse d'une page imprimée, d'une page Web ou d'une page d'un module de formation.

Dans un design surchargé où il y a peu d'espace blanc, toute l'information nous arrive en même temps et avec la même intensité. On peut avoir la sensation d'être submergé et ainsi éprouver de la difficulté à discerner le contenu important et pertinent du contenu secondaire.

À vouloir en mettre trop, on dilue les éléments importants dans un fouillis d'information et ils passent inaperçus. Au final, à vouloir en mettre trop, on risque la surcharge cognitive.

Un design plus aéré permet de repérer plus rapidement et facilement les éléments importants ou ceux que l'on recherche.



Un design épuré et aéré diminue l'effort nécessaire pour trouver l'information, en plus de créer une impression d'élégance, de sophistication et de professionnalisme.



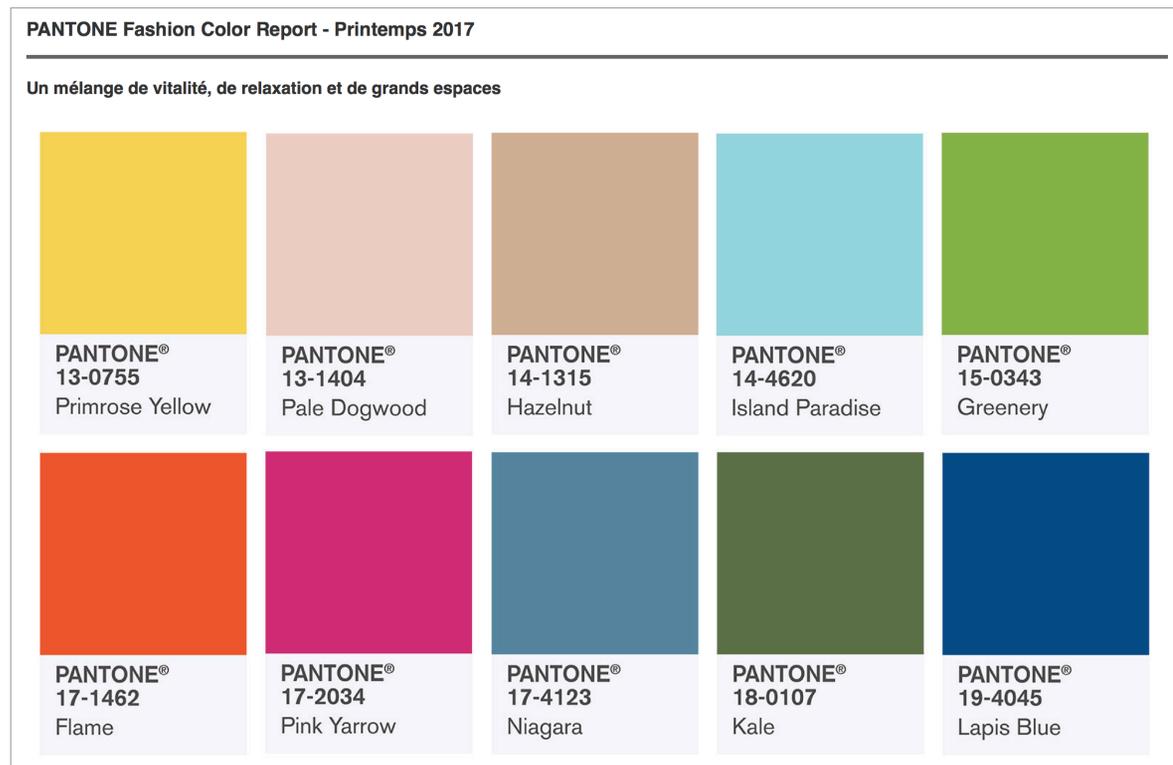
La couleur

Dans toute mise en page, les couleurs doivent être employées judicieusement. On peut utiliser les couleurs pour créer des catégories dans un graphique, mettre les titres en évidence, attirer l'attention sur un encadré, etc. Les couleurs doivent permettre de faciliter la compréhension du contenu et guider le participant dans la navigation du document sans pour autant devenir une source de distraction.

Les couleurs “actuelles”

Pour éviter que votre formation n'ait un look dépassé ou défraîchi, inspirez-vous des tendances actuelles en matière de couleurs.

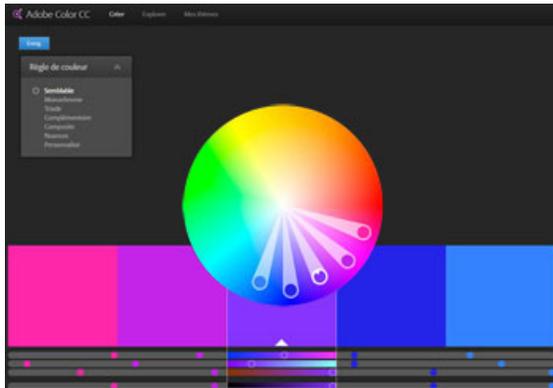
Voici les [10 couleurs phares de Pantone](#) pour le printemps 2017.



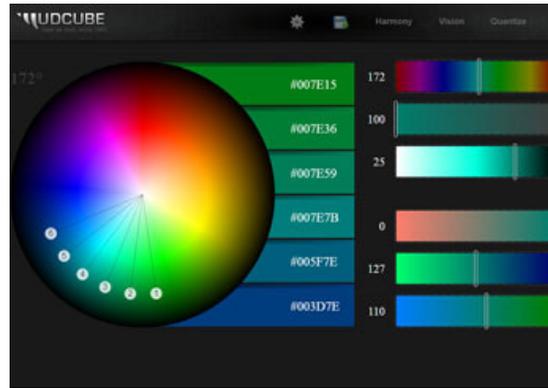
Des outils en ligne pour créer des palettes de couleurs

Créer une palette de couleurs n'est pas chose facile, surtout pour un non-initié. Il existe d'excellents outils en ligne, gratuits et faciles d'utilisation, permettant de générer des palettes de couleurs harmonieuses. Ces outils vous aideront à sélectionner des couleurs qui vont bien ensemble. Voici les trois outils les plus populaires.

[Adobe Color](#)



[Sphere](#)

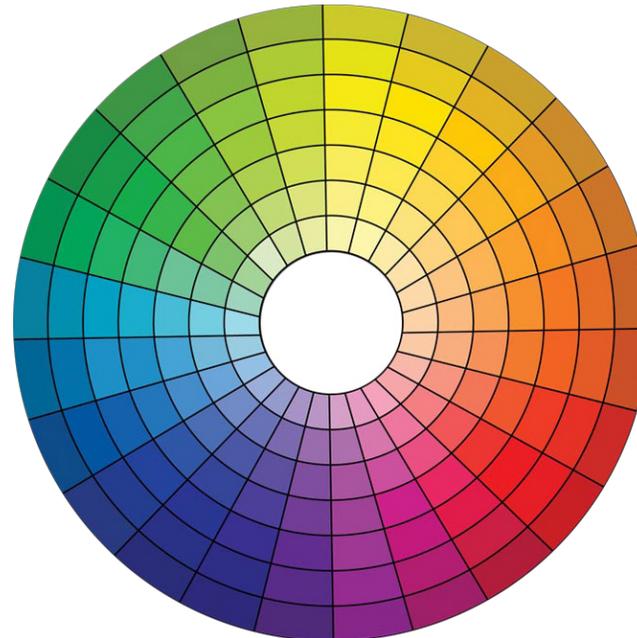


[Paletton](#)



Le cercle chromatique

Ces outils utilisent un cercle chromatique pour définir une palette de couleur. Un cercle chromatique est une représentation circulaire de toutes les couleurs et de leurs nuances avec l'enchaînement des couleurs primaires, secondaires et tertiaires. Il s'agit de l'outil de base pour agencer des couleurs.



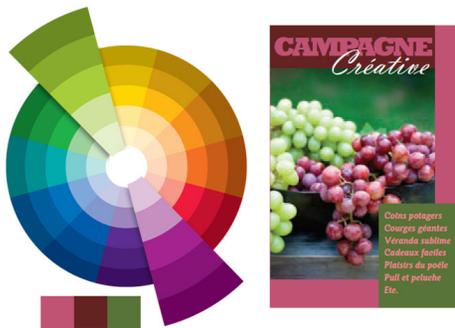
Utiliser une palette restreinte

Lors de la conception d'un document, que ce soit pour l'impression ou pour le Web, il est fortement conseillé de créer une palette restreinte de couleurs harmonieuses et de s'en tenir uniquement à ces couleurs dans l'ensemble du document.

Une palette restreinte de 3 ou 4 couleurs est généralement suffisante. N'utilisez pas plus de 5 couleurs différentes dans l'ensemble du cours. Voici des exemples de palettes de couleurs.

Les couleurs complémentaires

Sur le cercle chromatique, les couleurs complémentaires sont diamétralement opposées. On obtient un contraste maximal en juxtaposant deux couleurs complémentaires.



Les couleurs analogues

Sur le cercle chromatique, les couleurs voisines sont dites analogues. Des couleurs analogues permettent de créer une sensation d'équilibre et d'harmonie.



Palette monochrome

Sur le cercle chromatique, une palette monochrome est composée d'une seule couleur et de ses nuances. C'est un bon choix pour un design sobre et minimaliste.



Comment procéder

La façon de procéder la plus simple est probablement de décider d'une couleur principale et d'utiliser un de trois outils en ligne mentionnés plus haut pour déterminer les couleurs secondaires.

1. Choisissez une couleur principale.
2. Créez quelques variantes de teintes, d'opacité et de nuances pour donner de la profondeur à votre document.
3. Après avoir défini une palette de couleurs, utilisez-la de manière cohérente. Ne rajoutez pas de nouvelle couleur en plein milieu du cours.

Choisissez des couleurs complémentaires et harmonieuses, tout en vous assurant d'avoir un contraste suffisant, mais modéré entre les couleurs.

Il est recommandé de choisir une couleur accent, généralement complémentaire à la couleur principale, pour mettre en évidence les éléments importants (call to action, hyperliens, encadrés, etc)

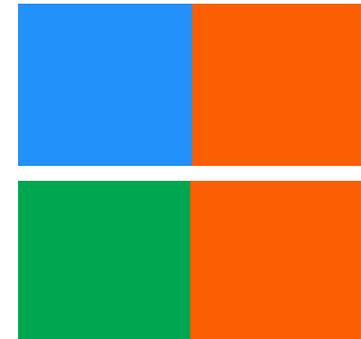
Faites preuve de consistance et créez des repères pour les participants en associant toujours un même type d'élément à une même couleur.

Attention aux combinaisons de couleurs!

Les couleurs doivent pouvoir cohabiter sur la même page, voire se toucher, sans que cela ne choque. Lorsqu'elles sont utilisées en combinaison, certaines couleurs saturées provoquent un effet de vibration visuelle qui fatigue les yeux en les obligeant à refocaliser constamment.

Pour ne pas fatiguer le lecteur, il est donc conseillé d'éviter la juxtaposition de couleurs saturées et éclatantes, ainsi que les combinaisons de couleurs produisant de forts contrastes. Par exemple, des combinaisons telles que jaune et violet, jaune et bleu, orange et bleu, bleu et rouge, rouge et vert sont généralement à éviter. La combinaison du rouge et du vert pose généralement problème aux daltoniens, peu importe la nuance.

À l'inverse, ne choisissez pas des teintes trop semblables pour des éléments qui doivent se distinguer.



PÉNIBLE À LIRE

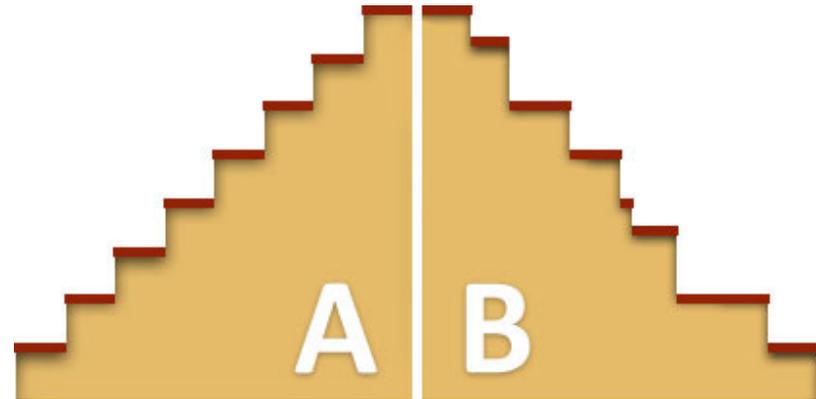
Cohérence et uniformité visuelle

Dans la construction d'un escalier, l'uniformité est le critère de qualité le plus important. Le manque d'uniformité des marches est une cause fréquente de faux pas et de chutes. Essayez de descendre l'escalier B sans trébucher!

Un design incohérent est comme un escalier mal construit. Dans les deux cas, il y a danger de trébucher. Tout comme on s'attend à ce que les marches d'un escalier soient toutes d'égale hauteur, on s'attend à retrouver les mêmes types d'éléments aux mêmes endroits et avec le même style dans un document professionnel. Il s'agit de la cohérence.

Malheureusement, la cohérence est le principe de design qui est le plus souvent bafoué, surtout lorsque les éléments graphiques proviennent de différentes sources sur le Web.

Pour que votre design ait un aspect homogène et professionnel et qu'il ne soit pas déroutant pour les participants, il doit exister une cohérence (une uniformité visuelle) dans le



style et la fonctionnalité de ses éléments: couleurs, polices de caractère, emplacement et style des éléments de navigation, style des éléments graphiques et des images, etc. Par exemple, si la première page affiche un bouton bleu dans la partie inférieure droite de la page avec le label « page suivante » écrit en jaune, les autres pages devraient afficher le même bouton, avec le même aspect, au même emplacement.

Il s'agit en d'autres mots de répéter des éléments du design dans l'ensemble du contenu. La répétition crée un sentiment d'ordre et d'unité, une cohérence globale qui aide le participant à mieux naviguer dans le cours et à comprendre les informations plus facilement.

Les éléments d'un design chaotique



Les boutons et les tableaux ont des styles différents. Les images clipart sont de 4 styles différents. Les graphiques ont des styles différents (2D et 3D) et les couleurs sont de palettes différentes. Les photos ont des bordures différentes.

Les éléments d'un design cohérent



Un design cohérent est fluide: tous les éléments graphiques sont harmonisés au niveau du style et des couleurs.

Répétition = cohérence

Une formation constituée d'éléments répétés sera cohérente, alors qu'une autre ayant des éléments disparates sur chaque page donnera une impression de désorganisation et de chaos.

- Avant même de créer le contenu, définissez les éléments fondamentaux de votre design. Ainsi, vous pourrez les appliquer systématiquement.
- Choisissez un maximum de deux à trois polices de caractères et utilisez-les d'une manière cohérente.
- Créez des repères pour les participants en associant toujours un même type d'élément à une même couleur.
- Comme on l'a vu dans la section sur la couleur, définissez une palette de couleurs restreintes et harmonieuse, et utilisez-là de manière cohérente.
- Définissez un style graphique pour les images, icônes et autres éléments de design et conservez-le du début jusqu'à la fin. Des éléments tels que des cadres, des boutons et des flèches devraient tous utiliser le même style.



Un design visuel chaotique peut s'avérer une source de distraction pour le participant.

Un design cohérent et uniforme est plus fluide et lui permet de se concentrer sans effort sur le contenu.



Images, photos et illustrations

Les images et les illustrations sont des éléments très importants dans une formation en ligne. Comme ils sont souvent essentiels à la compréhension de certains concepts, il doivent être sélectionnés et intégrés dans le contenu avec le plus grand soin.

Pertinence des éléments visuels

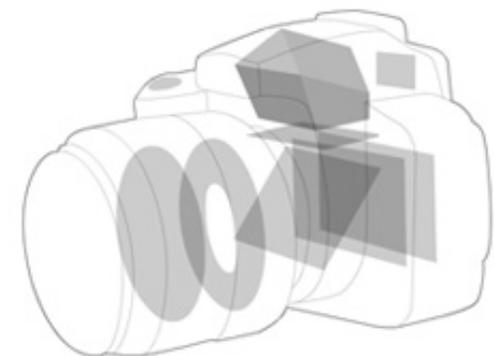
Choisissez des images et des graphiques pertinents et en rapport avec le sujet. Tout élément visuel utilisé dans le cours devrait poursuivre un objectif : renforcer un concept, illustrer un processus, un objet, un mécanisme, etc. Il est vrai qu'un cours visuellement attrayant peut avoir un effet positif sur la motivation des participants, mais il vaut mieux limiter le nombre de visuels ayant une valeur purement esthétique et qui n'apportent rien sur le plan pédagogique.

Photos ou illustrations?

Un cours peut contenir uniquement des photos, uniquement des illustrations ou un mélange des deux. Les photos procurent un look professionnel, mais les illustrations sont plus faciles à trouver gratuitement ou pas cher, et on peut plus facilement les modifier soi-même.

Le sujet du cours est un facteur à considérer pour décider du type de visuel à utiliser. Certains sujets, particulièrement dans les domaines techniques, nécessiteront des illustrations et des diagrammes, alors que des photos seront plus appropriées dans d'autres domaines.

La clientèle-cible doit aussi être prise en compte. Les images utilisées au niveau collégial ne conviendront peut-être pas pour des hommes et femmes d'affaires.



Cohérence du style

Soyez cohérent dans le style d'images utilisées. Par exemple, si vous utilisez des illustrations flat design dans un module, adoptez ce style pour l'ensemble des illustrations du cours. Par exemple, n'utilisez pas 5 styles différents de personnages. Choisissez un style et appliquez-le tout au long de la formation.



Qualité des images

Peu importe le type d'images utilisées, elles doivent être de bonne qualité, c'est-à-dire qu'elles doivent être nettes et d'une taille adéquate. Des images de mauvaise qualité risquent de déconcentrer les participants et de discréditer votre formation.

Si vous utilisez des images téléchargées d'Internet, assurez-vous qu'elles soient d'une taille suffisante pour afficher clairement les détails sans qu'il soit nécessaire de les agrandir. Lorsqu'elles sont agrandies, les images matricielles (formées de pixels) deviennent floues. Assurez-vous de sélectionner des images nettes et de haute qualité, en vérifiant que leur taille correspond à celle requise pour l'utilisation que vous souhaitez en faire.

L'illustration ci-contre (formée de 3 images) ne fait que 300 pixels de largeur. C'est trop petit pour une reproduction satisfaisante des détails et du texte.

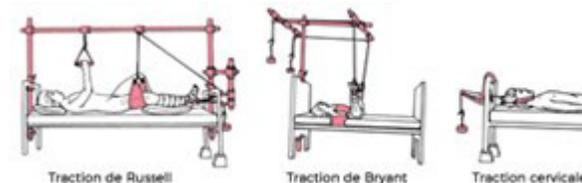


Image originale à 300 pixels de largeur

On peut, certes, agrandir l'image, mais cela a pour effet d'agrandir aussi les pixels. L'image devient floue et le texte est quasi illisible. Ci-contre, la taille de l'image a été doublée à 600 pixels.

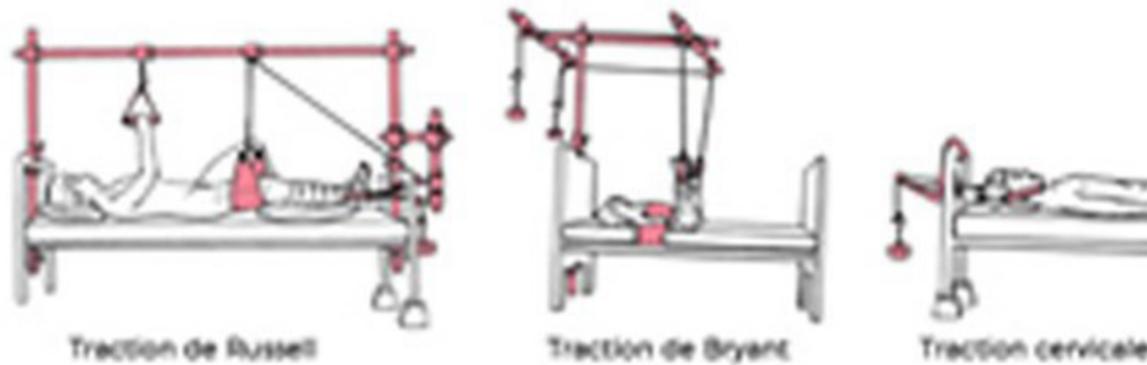
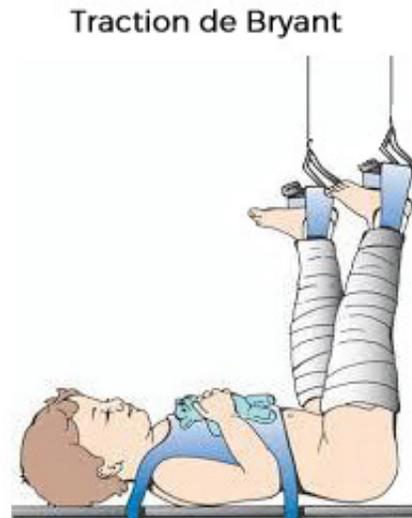
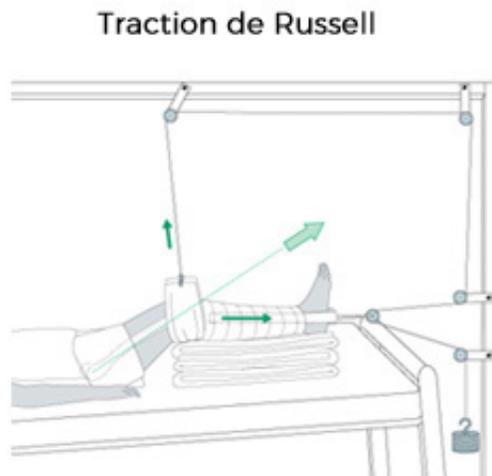


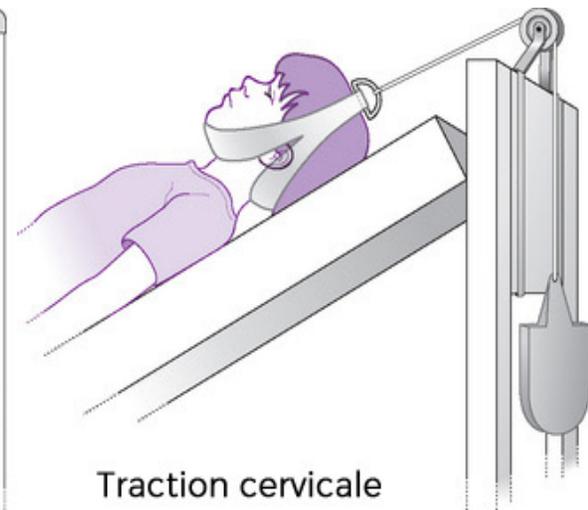
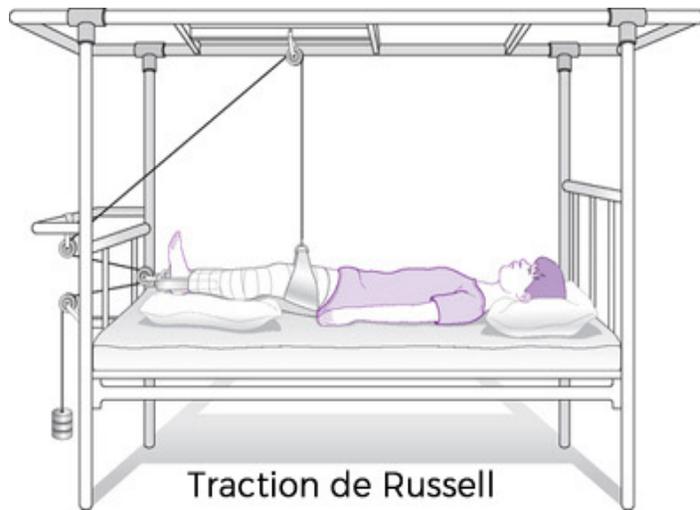
Image agrandie à 600 pixels de largeur

L'idéal, c'est de choisir des images qui sont d'une taille adéquate, sans qu'il soit nécessaire de les agrandir, comme dans l'exemple ci-dessous.



Cependant, la taille n'est tout. Il faut veiller à utiliser des images qui ont toutes le même style. Dans l'exemple précédent, on a combiné un dessin au trait, une illustration en couleur et une photographie en noir et blanc, ce qui manque de cohérence et procure un aspect décousu et amateur.

Voici les mêmes concepts beaucoup mieux illustrés. Des illustrations de même style et de dimensions adéquates permettent une meilleure compréhension du contenu tout en procurant au document un aspect professionnel.



Les images peuvent-elles être trop grandes?

S'il faut éviter les images trop petites, il faut aussi éviter les images excessivement grandes. Pourquoi? Parce que les dimensions d'une image affectent grandement le poids du fichier : plus grande est l'image, plus lourd est le fichier. Plus lourd est le fichier, plus long sera le téléchargement. Ainsi, une page Web qui contient plusieurs très grandes images risque d'être plus lente à s'afficher complètement à l'écran, surtout pour les utilisateurs dont la bande passante est restreinte.



 Image-01.jpg	Dimensions : 2000 x 1114	Taille : 906 Ko
 Image-02.jpg	Dimensions : 1000 x 557	Taille : 320 Ko
 Image-03.jpg	Dimensions : 500 x 279	Taille : 108 Ko
 Image-04.jpg	Dimensions : 250 x 140	Taille : 44,5 Ko

Le tableau ci-dessus illustre bien le rapport entre la taille de l'image et le poids du fichier. À 2000 pixels de largeur, l'image forme un fichier de plus de 900 kilooctets alors qu'à 500 pixels, le poids du fichier n'est que de 108 kilooctets.

Alors quelles sont les dimensions idéales d'une image pour le Web? Les dimensions idéales sont les dimensions d'affichage (en pixels) de l'image sur la page.

Dans l'exemple ci-contre, l'image principale est affichée à 500 pixels de largeur sur l'écran. Il est donc inutile d'utiliser une image plus grande, puisque cela ne fera que ralentir son affichage à l'écran sans y ajouter quoi que ce soit en terme de qualité.

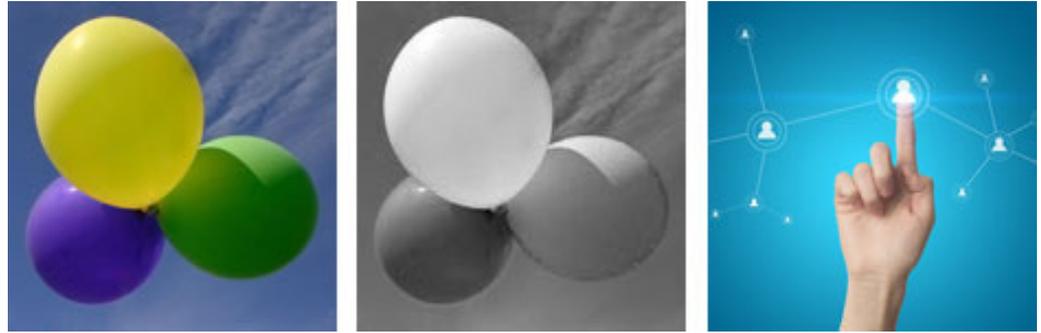
Formats d'images compatibles avec le Web

Il existe de nombreux formats d'images numériques : TIFF, PSD, JPG, GIF, pour n'en nommer que quelques-uns. Or, la plupart des navigateurs Web (Firefox, Google Chrome, Safari, Internet Explorer) ne peuvent lire et afficher que certains formats d'images, dont les plus populaires sont JPG, GIF et PNG. Tous les autres formats sont incompatibles. En d'autres mots, si vous voulez intégrer une image dans une page Web, cette image doit être codée soit en JPG, en GIF ou en PNG.

Le choix d'un de ces trois formats dépend en grande partie de quel type d'image il s'agit, de ce qu'elle contient.

JPG ou JPEG

Le format JPG est idéal pour les photographies (en couleur et en noir et blanc), ainsi que toutes les images formées d'un grand nombre de nuances de couleurs, de tons de gris ou de dégradés.



PNG

Utilisez le format PNG-8 pour les images plutôt graphiques, avec une palette restreinte de couleurs en aplat ou même du texte.

Utilisez aussi le format PNG si votre image contient des zones transparentes.



GIF

Pour des animations simples, utilisez le format GIF.

Typographie

De manière générale, la typographie fait référence à l'agencement des caractères d'imprimerie. Dans tout document de formation qui contient du texte, la typographie est cruciale. Elle influence la lisibilité du texte et l'efficacité du message. Une typographie bien réussie invite à la lecture, facilite le processus de compréhension et d'assimilation de l'information. Un texte bien mis en forme assure que l'énergie du participant est dirigée sur la compréhension du contenu et non sur l'effort nécessaire pour déchiffrer le texte.

La lisibilité d'un texte dépend d'un ensemble de facteurs tels que la taille et le type de police, la longueur des lignes, l'interlignage, l'espacement des caractères, etc. Dans ce guide, nous aborderons brièvement quelques principes de base en matière de typographie : le choix de police, la structure et hiérarchie et la mise en forme.

Choix de police

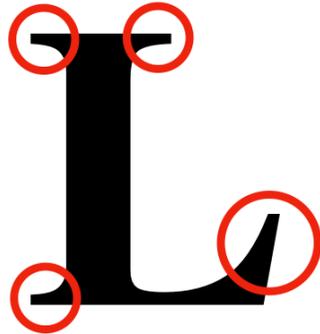
Le critère prioritaire pour le choix d'une police de caractères est la lisibilité. Les polices sont généralement regroupées en 5 familles :

1. à empattements (serif en anglais) —————→ **Times New Roman, Georgia**
2. sans empattements (sans-serif en anglais) → **Arial, Tahoma, Verdana**
3. cursives, simulant l'écriture manuelle —————→ *Lucida Handwriting, Vladimir Script*
4. fantaisie, polices décoratives —————→ **ROSEWOOD, Jokerman, Old English Text**
5. à chasse fixe (monospace en anglais) —————→ **Courier New, Lucida Console**

Les polices fortement stylisées telles que les cursives, les polices de fantaisie et les polices à chasse fixe peuvent, à la limite, être utilisées dans les titres pour attirer l'attention ou créer de l'impact, mais elles ne devraient jamais être employées pour le corps du texte. Il reste donc à choisir entre une police à empattement et une police sans empattement.

Les empattements sont les petites extensions qui forment la terminaison des caractères dans certaines polices d'écriture. ([Wikipedia](#)).

Avec empattements



Les caractères à empattements sont utilisés depuis très longtemps dans la plupart des documents imprimés, car ils sont plus lisibles dans les longs textes sur papier.

Les polices avec empattements les plus courantes : **Times**, **Times New Roman** et **Georgia**.

Sans empattements



Les polices sans empattements facilitent la lecture à l'écran, surtout lorsque la taille de la police est très petite. Une petite police avec empattements est difficile à lire à l'écran. Les polices sans empattements sont aussi couramment utilisées dans les titres et les sous-titres.

Les polices sans empattements les plus courantes : **Arial**, **Helvetica**, **Verdana** et **Tahoma**.

Par souci de lisibilité et de professionnalisme:

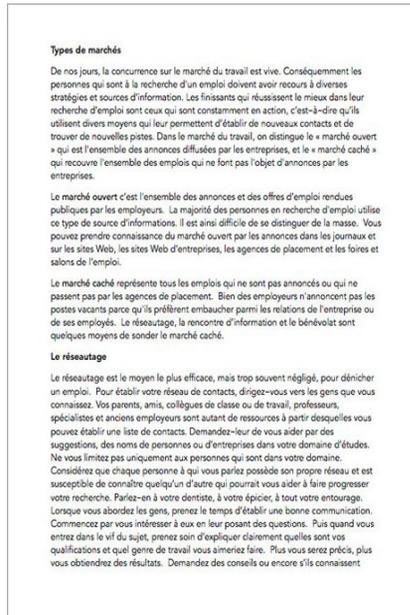
- optez pour une police de caractères épurée et simple
- soyez constant et cohérent dans votre usage de polices

De nombreux changements de polices peuvent contribuer à fatiguer le lecteur et diminuer son pouvoir de concentration de façon significative. Choisissez une police principale pour le corps du texte et utilisez cette même police dans tous vos modules.

Structure et hiérarchie

Dans un texte bien structuré de manière hiérarchique, il est plus facile d'en dégager les liens logiques, d'en repérer les idées maîtresses et de suivre l'ordre d'énonciation du texte, de mieux comprendre son sens. Pour celui qui doit se préparer à un examen, il est plus facile et rapide de retrouver les notions importantes.

Un texte kilométrique, mal structuré, sans points de repères (titres et sous-titres), risque fort de décourager le lecteur. Voici un document structuré de deux manières différentes.



Ce document est constitué de longs blocs de texte sans relief, donc sans indices sur le contenu. Il faut le lire en entier pour en repérer les notions importantes.



Avec des titres et des sous-titres clairs et hiérarchisés et plus d'espaces entre les lignes et les paragraphes, le lecteur peut, d'un seul coup d'œil, dégager les idées maîtresses de ce texte.

Structurez l'information de manière hiérarchique

Pour faciliter la lecture et faire ressortir les points clés, ayez recours à de simples règles de mise en page.

Hiérarchisez le contenu en insérant des repères visuels (titres, sous-titres, etc) de manière constante et cohérente. Par exemple, si tous les titres de chapitres sont en 24 points gras et si les sous-titres de sections sont en 15 points demi-gras, le lecteur pourra repérer plus facilement les sujets traités, leur importance relative dans l'ensemble du cours et leur appartenance à telle ou telle section. Ils pourront, en d'autres mots, repérer d'un coup d'œil les messages clés et contextualiser plus facilement ce qu'ils apprennent.

Créez de petits paragraphes

Le cerveau assimile l'information plus rapidement si le contenu est segmenté. De longs blocs de texte peuvent provoquer le désengagement des participants puisque cela rend plus difficiles l'acquisition et l'assimilation les connaissances.

Utilisez des listes à puces

Les listes sont très efficaces pour mettre en évidence des séries d'éléments à retenir.

Aérez le contenu

Ne craignez pas l'espace blanc. Laissez de l'espace entre les lignes, les paragraphes et les illustrations.

Mise en forme du texte

La mise en forme du texte (gras, couleur, italique, etc.) permet de mettre l'accent sur certains éléments, structurer et ainsi donner du relief au contenu. Voici quelques conseils pour une mise en forme simple et efficace.

Titres et sous-titres

Utiliser une police différente pour les titres et les sous-titre est un bon moyen de créer du relief. En revanche mieux vaut limiter le nombre de polices à deux ou trois. Pour varier les effets visuels, jouez plutôt sur la taille, la graisse, voire la couleur des blocs de texte plutôt que de changer de police de caractères.

Taille de la police

Une taille de police de 10 ou 11 points peut convenir pour des documents imprimés ou des courriels, mais des tailles de 12, 13 ou 14 points seront plus faciles à lire à l'écran pour la majorité des participants. Pour les sous-titres, augmentez la taille de 2 points et appliquez du gras. Doublez la taille de la police pour les grands titres de sections ou de chapitres (24 à 28 points).

Limitez l'usage des majuscules

Les personnes lisent beaucoup plus vite et plus facilement si les lettres correspondent à des formes. Or, les formes disparaissent en grande partie dans un texte rédigé tout en majuscules. De plus, l'usage des majuscules est souvent ressenti comme plus agressif.

Évitez le soulignement

Le soulignement est à éviter pour le texte à l'écran car on peut le confondre avec les hyperliens.

Limitez l'usage des italiques

Étant plus rapprochés les uns des autres, les caractères en italique sont plus difficiles à lire, surtout à l'écran. Il est donc judicieux de ne les utiliser que sporadiquement. Ayez plutôt recours aux caractères gras pour mettre le texte en évidence, mais modérément, car à la longue c'est fatigant et plus il y a de caractères gras, moins ils sont évidents!

Longueur de ligne

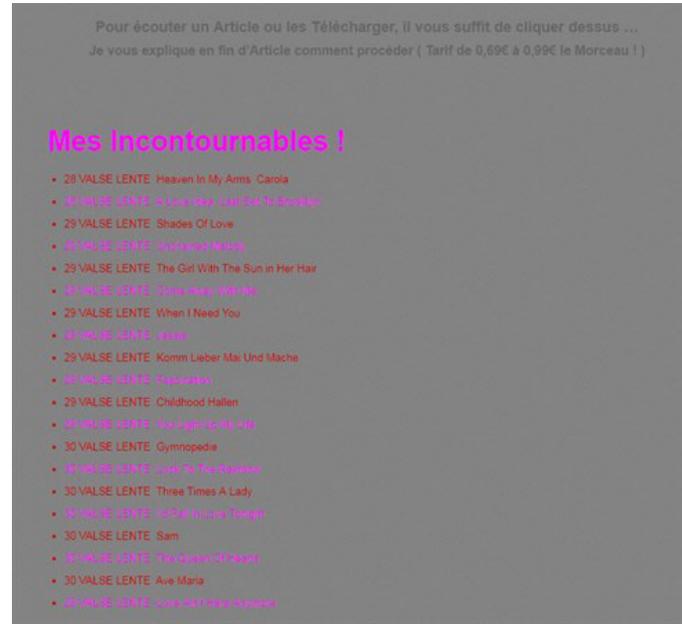
Des lignes de texte plus courtes sont plus agréables à lire. C'est pourquoi on retrouve souvent des colonnes dans les pages de journaux et de magazines. On estime généralement que le nombre optimal de caractères d'une ligne se situe entre 60 et 72. Mais c'est surtout le contexte qui déterminera la valeur idéale.

Interligne

L'interligne désigne l'espace entre deux lignes de texte. L'interligne optimal pour faciliter la lecture se trouve entre 120% et 160% de la taille de la police utilisée. Pour une taille de police de 12 points, cela équivaut à un interligne entre 14,5 et 19 points. Dans le choix de l'interligne, il faut bien sûr tenir compte du type et de la taille de police choisie ainsi que du support sur lequel le texte sera lu. Assurez-vous aussi de laisser un espace suffisant entre chaque paragraphe.

Couleur du texte

La couleur du texte doit être choisie judicieusement. La couleur peut mettre un texte en évidence, mais elle peut aussi le rendre illisible ou fatigant pour les yeux. La capture d'écran ci-contre (tirée du site [J'aime danser](#)) en est un exemple flagrant.



Ponctuation

Et enfin, ne négligez jamais la ponctuation. Une ponctuation rigoureuse est essentielle pour un bonne compréhension du contenu!



Le scénarimage

Après avoir procédé au découpage du contenu, chaque page-écran (ou diapositive) de la formation doit être soigneusement élaborée sous forme de maquette afin de pouvoir être transformée en ressources multimédias pendant la phase de développement. Cette description se fait au moyen d'un document appelé le scénarimage (storyboard en anglais). Réalisé par l'expert de contenu (ou le concepteur pédagogique/technopédagogue), le scénarimage constitue la dernière étape de la conception avant de passer à la médiatisation, c'est-à-dire la réalisation proprement dite des ressources multimédias, dans leur forme finale, utilisables par les participants.

Le rôle du scénarimage

Le scénarimage joue un rôle essentiel. Il constitue à la fois un document de référence et un outil de communication :

Document de référence	Il contient une description détaillée du contenu et des éléments multimédias se trouvant sur chaque page-écran du cours.
Outil de communication	Le scénarimage est un outil de communication essentiel entre l'expert de contenu, le concepteur pédagogique/technopédagogue et l'équipe multimédia. Il sert de guide pour la médiatisation du contenu (construction de chacun des éléments) tout au long de la phase de développement. En consultant le scénarimage, l'équipe multimédia devrait avoir une vision claire et précise de ce que les participants verront, entendront et feront sur chaque page-écran.

Le scénarimage est une maquette qui contient une description détaillée de chaque écran de contenu d'une formation à distance.

Il définit ainsi la structure de la formation.

Le scénarimage est-il nécessaire quand on réalise soi-même la conception et la médiatisation?

Que vous travailliez seul ou en équipe, le scénarimage a une valeur inestimable : il vous oblige à être constant et cohérent dans votre approche, votre style et votre design.

La médiatisation d'un cours est un processus technique qui exige du temps, surtout lorsqu'il faut faire des modifications après coup suite à des erreurs ou des omissions. C'est comme partir en voyage sans itinéraire établi; on risque de faire fausse route et d'allonger la durée du périple.

Si on dispose, au départ, d'une maquette détaillée, le processus de médiatisation est de beaucoup simplifié et le risque d'erreurs est moins grand.

La conception et la médiatisation sont deux processus très différents, chacun faisant appel à des habiletés et des facultés intellectuelles distinctes. Le scénarimage permet de séparer ces deux activités, rendant ainsi le travail plus efficace. Plus le scénarimage est clair et détaillé, plus facile et rapide est la médiatisation.

Types de scénarimages

Il n'y a pas de bonne ni de mauvaise manière de concevoir un scénarimage. Il peut donc prendre différentes formes telles que des instructions écrites, un ensemble de croquis, ou des maquettes plus élaborées contenant des éléments visuels.

Le format d'un scénarimage peut dépendre de plusieurs facteurs, tels que :

- la nature du cours;
- l'équipe impliquée;
- le temps et les budgets disponibles;
- les préférences de l'équipe multimédia ou de l'expert de contenu.

Un scénarimage visuel ou un prototype (voir la page suivante) procure incontestablement à l'équipe multimédia un schéma plus clair et précis de ce à quoi s'attend l'expert de contenu, ce qui permet généralement d'obtenir un produit fini plus fidèle à la conception originale.

Le scénarimage textuel

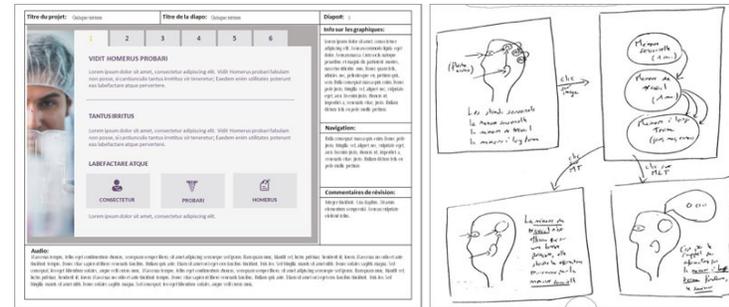
Certaines personnes créent des scénarimages qui ne contiennent que des instructions écrites. Ce type de scénarimage prend généralement la forme d'un tableau réalisé dans un logiciel de traitement de texte, tel que Word par exemple.

Ce genre de scénarimage procure généralement peu d'indices sur l'aspect visuel de la formation, laissant plus de latitude à l'équipe multimédia.

Ref	Text/Script	List or Menu	Development Notes
S1	<p>Think Bubble 1: Now I can't remember the acronym I created and memorized for this 7-point process... what do I do now?</p> <p>Instruction Box 1: You'll need to help Kelvin out of this disaster. Consider your options and click one.</p>	<p>Menu</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Don't Do It 2. Recovery Tips 3. Prevent It 	<p>Type: Animated Screen Image: Classroom blur setting Male student sitting with pen thinking Sticky torn papers (for each menu) Animations:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Think bubble 1 slides in from right to left 2. Think bubble 1 fades out 3. Instruction box 1 slides in from top 4. Menu fade in one after the other <p>Navigations: Menu is clickable to corresponding screen</p>
S2-M1	<p>Instruction Box 2: Kelvin has made some mistakes in the past but you're here now.</p> <p>Advise him against these...</p> <p>Instruction Box 3: Click the next button to see other advice options</p>	<p>Points</p> <ul style="list-style-type: none"> • Don't be anxious • Don't just write anything • Don't stay struggling with it • Don't ask your friend 	<p>Name: Menu 1 Image: Classroom blur setting Male student sitting with pen thinking Notice board (for tips) Animations:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Instruction box 2 on screen 2. Slide in notice board 3. Fade in points one after the other 4. Fade out instruction box 2 5. Instruction box 3 slides in from top 6. Next Button appears below <p>Navigation: Next button to go to options page</p>

Le scénarimage visuel

D'autres préfèrent créer des scénarimages plus visuels, soit en faisant des croquis sur papier ou en ayant recours à un logiciel de présentation comme Powerpoint pour créer des maquettes intégrant éléments multimédias, texte et captures d'écran.



Le scénarimage prototype

Enfin, ceux qui ont accès à un outil de création e-learning (comme [Articulate Storyline](#) ou [Adobe Captivate](#)) peuvent créer leurs scénarimages sous forme de prototypes directement dans le logiciel de création de contenu.



Ce que le scénarimage doit contenir

On peut comparer le scénarimage à un scénario avec des acteurs et un dialogue. Le dialogue peut apparaître sous forme de texte à l'écran, livré par narration, ou les deux à la fois. Les acteurs ne sont pas des personnes, mais plutôt des éléments à l'écran tels que des images, des vidéos, des zones de texte, des animations et tout ce sur quoi le participant peut cliquer.

Le scénarimage est donc un descriptif détaillé de chaque élément se trouvant sur chaque page-écran du cours : texte, images, vidéos, animations, interactivité, audio, etc. En détaillant le contenu de chaque diapositive, le scénarimage constitue essentiellement le plan de la formation à être développée. Cependant, le scénarimage ne contient généralement pas de navigation fonctionnelle.

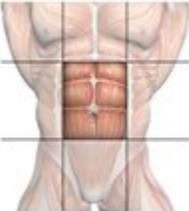
Il contient surtout :

- le numéro de la page-écran;
- le titre de la leçon ou de l'écran et l'objectif d'apprentissage;
- les visuels : tous les éléments graphiques tels que images, schémas, illustrations, icônes, personnages, vidéos, animations, etc. (ou une description de ceux-ci);
- le script de la narration à enregistrer;
- une description des clips audio et effets sonores;
- une description détaillée du fonctionnement des activités interactives et des quiz;
- le texte qui apparaîtra à l'écran;
- la navigation et le branchement (comment le participant se déplace dans la formation : boutons, menus, liens, références);
- le nom et l'emplacement des fichiers multimédias utilisés, s'ils existent déjà;
- tout autre information qui permettra à l'équipe multimédia de comprendre, sans ambiguïté, ce qui doit être réalisé.

Voici des exemples de scénarimages pour un écran d'une leçon d'anatomie, en version texte et en version visuelle.

MODULE : 3		LEÇON : 1		TITRE : Les régions de l'abdomen		OBJECTIF : 3.1.1		ÉCRAN : 21	
NARRATION	VISUEL	TEXTE À L'ÉCRAN	INTERACTIVITÉ	AUDIO					
Le corps humain peut se diviser en différentes régions. Ces régions servent de points de repère en anatomie et nous permettent de nommer avec précision les parties du corps. Dans cette leçon, nous allons discuter de la région abdominale. On divise l'abdomen en neuf régions. Cliquez sur les noms des régions pour les mettre en évidence sur l'image.	Image apparaissant à droite de l'écran Une image de la région abdominale d'un corps humain (sans la peau – on voit la musculature). L'image est coupée aux épaules et au-dessus des cuisses. Une grille est superposée à l'image, la divisant en 9 sections égales. Voir le fichier « abdomen.jpg » pour exemple. Il faudrait trouver une image similaire libre de droits d'auteur. Icônes de navigation au bas de l'écran Flèche droite: écran suivant Flèche gauche: écran précédent Maison: début de la leçon Haut-parleur: ajuster le volume sonore	Titre en gros caractères en haut à gauche Les régions de l'abdomen Consigne pour le participant (accompagné d'une icône symbolisant l'interactivité) Cliquez sur un nom dans la liste pour voir la région sur l'image. Liste des régions (Placer à gauche de l'image) La région épigastrique La région ombilicale La région hypogastrique ou pubienne La région hypochondrienne droite La région latérale droite La région inguinale gauche La région latérale gauche La région hypochondrienne gauche	L'image interactive est divisée en 9 régions. Cliquer sur un nom dans la liste met en évidence la région appropriée sur l'image. Le nom cliqué devient rouge dans la liste. Cliquer sur une région de l'image, met en évidence (en rouge) le nom dans la liste.	Émettre un bref signal sonore lorsque l'utilisateur clique sur un nom dans la liste ou sur une section de l'image. Utiliser le fichier « bip.mp3 » se trouvant dans le dossier « Multimedia ».					
NOTES Voir le fichier « abdomen.docx » pour la liste et les régions associées.									

Cliquez sur l'image pour voir une version agrandie.

Module 3		Leçon 1		Titre Les régions de l'abdomen		Objectif 3.1.1		Écran 21	
<h2>Les régions de l'abdomen</h2> <p>Cliquez sur un nom dans la liste pour voir la région sur l'image</p> <ul style="list-style-type: none"> La région épigastrique La région ombilicale La région hypogastrique ou pubienne La région hypochondrienne droite La région latérale droite La région inguinale La région latérale gauche La région hypochondrienne gauche 						Navigation Flèche droite: écran suivant Flèche gauche: écran précédent Maison: début de la leçon Haut-parleur: ajuster le volume son			
Visuel Pour l'image, utiliser le fichier « abdomen.jpg » du dossier Multimedia.						Audio Émettre un bref signal sonore lorsque l'utilisateur clique sur un nom dans la liste ou sur une section de l'image.			
Interactivité L'image interactive est divisée en 9 régions. Cliquer sur un nom dans la liste, met en évidence la région appropriée sur l'image. Le nom devient rouge. Cliquer sur une région de l'image, met en évidence le nom dans la liste. Dans l'exemple, l'utilisateur a cliqué sur la région ombilicale.						Notes Voir le fichier « abdomen.docx » pour la liste et les régions associées.			
Narration Le corps humain peut se diviser en différentes régions. Ces régions servent de points de repère en anatomie et nous permettent de nommer avec précision les parties du corps. Dans cette leçon, nous allons discuter de la région abdominale. On divise l'abdomen en neuf régions. Cliquez sur les noms des régions pour les mettre en évidence sur l'image.									

Cliquez sur l'image pour voir une version agrandie.

Cliquez sur le bouton de téléchargement pour télécharger sur votre ordinateur deux gabarits de scénarimages que vous pourrez modifier pour les adapter à vos besoins particuliers.



Voici une brève explication des éléments essentiels d'un scénarimage :

Titre et numéro de la page-écran ou diapositive	Le numéro séquentiel de la page-écran devrait être clairement indiqué sur chaque page du scénarimage, même si ce numéro n'apparaîtra pas sur la version finale du cours. Si vous utilisez des titres, ceux-ci devraient aussi être énoncés.
Texte	<p>Le rendu du texte à l'écran est d'une importance capitale car il fournit de l'information importante aux participants. Donnez des consignes claires pour le positionnement et la mise en forme du texte qui s'affichera à l'écran.</p> <p>N'oubliez pas aussi de procéder à une révision linguistique du texte (orthographe et grammaire) avant de transférer le scénarimage à la phase de médiatisation. Idéalement, l'équipe multimédia devrait être en mesure de faire un simple copier-coller de votre texte, sans avoir à y apporter des corrections.</p>
Narration et audio	<p>Si votre cours contient une narration, vous devez ajouter le script au scénarimage. Ajoutez aussi les consignes pour expliquer comment la narration doit être synchronisée avec l'affichage des éléments à l'écran. Il est recommandé d'indiquer des détails par rapport au type de narrateur désiré (homme, femme, accent, etc.)</p> <p>Si vous utilisez d'autres types d'audio, comme des effets sonores ou de la musique, placez tous ces fichiers dans un dossier spécifique, nommez-les clairement et indiquez où les trouver. Si vous ne possédez pas les clips audio, vous devrez alors fournir des consignes afin que l'équipe multimédia puisse trouver ou produire ce que vous cherchez.</p>

Images

Les éléments graphiques jouent un rôle clé dans une formation à distance. Il ne faut donc pas laisser leur sélection au hasard.

Si vous créez un scénarimage visuel à l'aide d'un logiciel comme Powerpoint par exemple, vous pouvez intégrer les images directement dans le scénarimage.

Si vous n'avez pas d'image, laissez un espace réservé (un rectangle gris par exemple) là où doit être insérée une image.

Si vous n'avez pas l'image exacte, vous pouvez insérer une image semblable avec des consignes pour la remplacer par quelque chose de similaire.

Si vous avez les images finales du cours, il faut indiquer l'emplacement de ces images. L'idéal est de les rassembler toutes dans un dossier pour faciliter le travail de l'équipe multimédia.

Il est important aussi de nommer adéquatement les fichiers multimédia afin d'éviter les erreurs. Adoptez, dès le départ, une méthode d'appellation des fichiers d'images et soyez constant du début à la fin.

Si vous confiez à l'équipe multimédia le soin de trouver et de choisir les images, vous devez lui fournir des indications claires sur le type d'images que vous souhaitez obtenir.

Navigation

Une navigation déroutante ou incohérente peut nuire grandement à l'apprentissage. Il est donc impératif de créer des éléments de navigation simples, clairs, et cohérents tout au long du cours afin que les participants puissent se déplacer aisément dans les modules et trouver rapidement ce qu'ils cherchent.

Limitez au minimum le nombre de clics nécessaires pour atteindre les divers éléments de contenus. Évitez à tout prix la confusion.

Le scénarimage doit contenir, à l'intention de l'équipe multimédia, des consignes claires et précises sur la navigation de chaque page-écran.

Animations En plus de rendre le cours plus dynamique et captivant, les animations peuvent faciliter l'apprentissage de certaines techniques ou notions complexes ou abstraites. Cependant, la création d'animations est un processus laborieux qui ne donne pas toujours les résultats attendus. Fournissez à l'équipe multimédia des consignes claires à propos des animations : type d'animation, éléments et objets, synchronisme, transitions, etc.

Combien de détails faut-il fournir?

Si vous travaillez seul ou avec une équipe très restreinte et que vous êtes à la fois concepteur et technopédagogue, vous pouvez probablement vous en tenir au strict minimum, puisque vous connaissez le contenu et la façon de le présenter.

En revanche, si un technopédagogue ou une équipe multimédia sera mandatée pour médiatiser le cours, vous devrez alors y aller de consignes très claires et explicites.



Pour en savoir plus...

[Gabarits de scénarimages
ainsi que conseils et astuces](#)