

Comment écrire un éditorial, une lettre, un discours ou une proposition

Les lettres, les discours, les éditoriaux ou les propositions sont conçus pour convaincre leur audience que certaines actions sont nécessaires. À cet égard, ils ressemblent beaucoup aux dissertations persuasives.

- **Tiens compte de ton public cible** : Qui t'écoute ou te lit? Tiens compte de leurs convictions, de leurs valeurs et de leurs attitudes et assure-toi d'utiliser le ton approprié et le bon niveau de lecture. Ne les aliène pas! Par exemple, ne commence pas en critiquant les actions de l'agence ou de l'organisation que tu essaies de persuader. N'utilise pas d'obscénités, d'expressions argotiques ou d'hypothèses excentriques qui éloignent les gens de tes idées.
- **Introduction** : Ta lettre, ton discours ou ta proposition devrait comporter une introduction claire qui expose le problème et qui explique le besoin d'agir.
- **Développement** : Les détails que tu donnes doivent fournir des preuves du problème et suggérer une solution. Cette section de ton essai devrait comporter des exemples du problème et des arguments démontrant que l'action est nécessaire.
- **Conclusion** : Tu dois terminer ton essai par une explication convaincante de la valeur de ta solution et de la nécessité de passer à l'action.

L'écriture persuasive devrait être basée sur des preuves concrètes et sur des arguments convaincants. Elle est aussi conçue pour persuader les lecteurs de soutenir une certaine position ou pour les persuader de faire quelque chose. Certaines des techniques que tu as apprises dans le guide « Déceler les partis pris et la propagande » peuvent t'être utiles dans le cadre de l'écriture persuasive. Attention de ne pas tomber dans l'excès lorsque tu écris pour persuader; cela pourrait irriter ton audience – et ne générer aucune réponse ou, pire encore, une réponse négative.

- **Sélection et omission** : Quand tu écris pour persuader, tu ne dois pas utiliser tous les renseignements qui sont à ta disposition. Par exemple, si certains renseignements ne soutiennent pas ta position, n'en parles pas! Par exemple, admettons que tu veuilles écrire à ton conseil scolaire pour le persuader de ne pas utiliser de pesticides sur les terrains de l'école, et que tu as découvert que le pesticide utilisé est fabriqué par une compagnie locale qui fera faillite s'il perd ce contrat. Tu n'as pas besoin d'utiliser ce renseignement. Tu devrais plutôt te concentrer sur la question principale, qui est l'impact négatif du produit sur l'environnement et les risques potentiels pour la santé des enfants.
- **Langage émotionnel** : Tu essaies de convaincre ton audience. N'hésite pas à jouer sur ses sentiments! Assure-toi seulement de ne pas paraître irrationnel pour ne pas perdre ta crédibilité.
- **Arguments convaincants** : Quand tu penses à ton audience, demande-toi ce qui pourrait l'influencer. L'opinion publique? Perdre ou gagner de l'argent? La durabilité? L'idéologie? Utilise ce qui fonctionne!
- **Les titres, les photos, les vidéos et les citations** des autorités ou des célébrités pourraient être utiles.