

Série des modules optionnels

- ANI 1101 Accueil et intégration de jeunes handicapés
ANI 1102 Coéducation enfants
ANI 1103 Coéducation adolescents
ANI 1104 Jeunes en difficulté
ANI 2001 Dynamique des groupes
ANI 1105 Éduquer aujourd'hui
ANI 2006 Agent de développement spirituel
ANI 1107 Grands jeux
- SOC 1201 Symboles et traditions
SOC 1202 Scoutisme international
SOC 1203 Scoutisme et environnement
SOC 1204 Scoutisme et parents
- GES 2010 Gestion d'un district scout
GES 2042 Gestion des ressources adultes 2
GES 2044 Gestion financière 2
GES 1302 Organisation d'un rassemblement
GES 1303 Règlement des conflits d'adultes
GES 1304 Matériel et équipement
GES 1305 Reconnaissance des bénévoles
GES 1306 La planification dans le scoutisme
- TEC 1401 Camping d'été
TEC 1402 Camping d'hiver
TEC 1403 Publicité
TEC 1404 Expression et feux de camp
TEC 1405 Secourisme
TEC 1406 Orientation (carte et boussole)
TEC 1407 Communications et JSLO/JOTI
TEC 1408 PUBLIER UN PÉRIODIQUE SCOUT
TEC 1409 Nature: flore et faune
TEC 1410 Activités d'hiver
TEC 1411 Parler en public
TEC 1412 Scoutisme marin



ASSOCIATION DES SCOUTS DU CANADA

FORMATION MODULAIRE

Publier un périodique scout

TEC 1408

Deuxième édition
Janvier 2001

Objectifs du module PUBLIER UN PÉRIODIQUE SCOUT

Objectif général

Acquérir la compétence nécessaire pour être responsable de la publication d'un périodique scout.

Objectifs particuliers

1. Connaître les objectifs possibles d'un périodique scout.
2. Savoir de quoi se compose une politique éditoriale et être en mesure d'établir les grandes lignes d'une telle politique.
3. Connaître les rôles et les responsabilités d'un responsable de périodique scout.
4. Connaître les étapes de production d'un périodique scout et être capable de superviser chacune de ces étapes ou d'exécuter les tâches qui s'y rattachent.
5. Savoir rédiger un bon texte d'information et pouvoir distinguer les divers types de textes qui peuvent être publiés dans un périodique scout.

Avertissement

Les documents de l'Association des Scouts du Canada sur la formation modulaire sont destinés à la *formation* des adultes de l'Association. Bien qu'ils fassent référence à des politiques et à des règlements officiels de l'Organisation mondiale du Mouvement scout et de l'Association des Scouts du Canada, ils ne remplacent pas ces politiques et règlements officiels et ne sauraient être interprétés comme tels.

Sommaire

Matière	3
1. Un périodique scout, pourquoi pas ?	3
2. Les objectifs d'un périodique scout	4
3. La politique éditoriale	5
4. Les principales fonctions	6
5. Les étapes de production	8
6. L'ABC de la rédaction d'un texte d'information	17
7. Le droit d'auteur	17
8. Guide lexicographique à l'usage des rédacteurs scouts	18
Pédagogie	21
Sources et ressources	21
ÉVALUATION FORMATIVE ..	22

Note. Pour alléger le texte et faciliter la lecture, le genre masculin désignant des personnes inclut les genres féminin et masculin.

Ce module de formation scout a été conçu à l'usage des adultes de l'Association des Scouts du Canada engagés dans un processus de formation structuré. Il peut être reproduit à des fins de formation ou de documentation pourvu que la source soit mentionnée.

©2001, Association des Scouts du Canada

Contenu du module PUBLIER UN PÉRIODIQUE SCOUT

MATIÈRE

1. Un périodique scout, pourquoi pas?

On compte des milliers de périodiques dans le monde scout: revues, journaux, magazines... On en trouve de tous les formats et de toutes les qualités, du plus amateur au plus professionnel. Toutes ces publications ont en commun d'être des périodiques (donc de paraître plus d'une fois, à intervalles plus ou moins réguliers) et d'être spécifiquement scouts. On peut réellement parler d'une presse scout.

Les obstacles à la réussite sont nombreux dans le monde des périodiques scouts, mais il y a bien des atouts pour réaliser une publication convenable.

Toute unité, tout groupe, tout district peut créer son propre périodique. C'est toutefois un projet qui tombe souvent à l'eau, car les obstacles à la réussite sont nombreux dans le monde des périodiques scouts :

- cible ou objet mal identifié,
- budget insuffisant,
- lectorat inintéressé,
- contenu non pertinent,
- facture formelle trop amateur,
- responsabilité non partagée (c'est le rédacteur en chef qui fait tout),
- essoufflement.

Pourtant, il y a bien des atouts de nos jours pour assurer la réussite d'un périodique scout:

Deux conditions sont essentielles: la volonté de la collectivité d'avoir un périodique et la possibilité qu'une personne compétente prenne en charge ce projet.

- éditique (logiciels de mise en page) à la portée de tous,
- reproduction par photocopie au moindre coût,
- possibilités multimédia sur l'inforoute,
- richesse de la vie scout en termes d'information,
- multiplicité des sources.

Deux conditions sont absolument essentielles à la réussite d'un périodique scout: la volonté de la collectivité, disons par exemple le groupe ou le district, d'en avoir un, et la possibilité qu'une personne compétente prenne en charge ce projet. C'est loin d'être aussi évident que ça en a l'air.

Si le groupe ou le district désire un journal ou une revue, il devra naturellement y affecter des ressources financières. Or, il est très important de ne jamais sous-estimer le budget d'un périodique, même le plus modeste, car il inclut des dépenses qui reviennent régulièrement.

Curieusement, quand un conseil d'administration décide de réduire les dépenses, c'est tout naturellement au journal ou à la revue qu'il pense... On coupe d'abord un numéro, on diminue le nombre de pages, puis soudain, PFFFFUIT, plus de périodique! Ou encore, voici le numéro bisannuel février-mars-avril-mai-juin-juillet: Bonne Semaine scout, Joyeuses Pâques et Bonnes vacances!... Tout ça dans la même édition. Un périodique qui paraît irrégulièrement est voué à l'extinction à coup sûr. La presse scout n'échappe pas à cette règle.

La nomination d'un responsable compétent est la deuxième condition essentielle. Compétence ne veut pas dire ici qualification professionnelle, loin de là, mais certains atouts sont nécessaires pour assurer la production d'un périodique de qualité acceptable:

- bonne connaissance du français écrit (un journal plein de fautes peut non seulement irriter ses lecteurs mais aussi contribuer à une image négative du Mouvement);
- connaissance des rudiments de mise en page (nous y reviendrons plus loin);
- connaissance des procédés de reproduction.

Les deux dernières conditions s'acquièrent assez rapidement et même facilement.

2. Les objectifs d'un périodique scout

À quoi sert un périodique scout? Les objectifs d'une telle publication peuvent être multiples:

- informer,
- développer un sentiment d'appartenance,
- entretenir un bon esprit,
- former,
- annoncer des événements, des produits, etc.
- faire comprendre la pédagogie et en faciliter l'application,
- faire réfléchir.

Il n'est pas nécessaire qu'un périodique vise à la fois tous ces objectifs, mais ce peut être le cas. En général, un groupe scout privilégiera les trois premiers objectifs, tandis qu'un district pourra être plus ambitieux en visant la totalité.

Il est important de ne jamais sous-estimer le budget d'un périodique, même le plus modeste, car il inclut des dépenses qui reviennent régulièrement.

En général, un groupe scout désireux de publier un périodique visera à informer, à développer un sentiment d'appartenance et à entretenir un bon esprit.

Savoir à qui on va s'adresser est fort important, car on devra choisir le ton, le style approprié.

Le lectorat

Les objectifs doivent inclure le lectorat visé ou, en jargon d'entreprise, le public cible. Savoir à qui on va s'adresser est fort important, car on devra choisir le ton, le style approprié. Si un groupe décide de s'adresser à tous ses membres, jeunes et adultes, plutôt qu'aux adultes seulement, il est certain que le périodique devra être plus facile à lire, plus amusant, plus imagé aussi. Tout ça, les objectifs, le ton, le style, compose ce qu'on appelle la «politique éditoriale». Il ne faut pas confondre ce terme avec «l'éditorial», qui est un texte destiné à exprimer un point de vue officiel.

Les possibilités de lectorat pour un groupe:

- les jeunes du groupe,
- les adultes du groupe,
- les parents des jeunes,
- les partenaires immédiats du groupe (paroisse, école, clubs sociaux, commanditaires, etc.),
- les commissaires et cadres des paliers supérieurs,
- les groupes voisins.

3. La politique éditoriale

Le format

Le choix d'un format sera déterminé surtout par les facilités de reproduction.

Le choix d'un format sera déterminé surtout par les facilités de reproduction. Un groupe privilégiera ordinairement un format facile à reproduire par photocopie, comme 8 1/2" x 11" ou 5 1/2" x 8 1/2" (c'est le format précédent plié en deux), ou encore 7" x 8 1/2" (8 1/2" x 14" plié en deux). Les formats 11" x 17" ou plus grands, de type tabloïd, sont à éviter, car la plupart des imprimantes ordinaires ne les acceptent pas. Un format petit est plus limitatif qu'un grand format si on veut présenter des images ou des dessins; graphiquement, les possibilités sont plus limitées.

Au format se rattache habituellement le nombre de pages, mais celui-ci pourra varier d'un numéro à l'autre selon l'abondance du contenu... et le budget. Il est à noter qu'on retient la plupart du temps des multiples de quatre: chaque numéro aura donc 4, 8, 12, 16 pages...

La périodicité

La périodicité est un choix difficile à faire. Plus la fréquence de parution sera grande, par exemple une fois par mois, plus le travail sera exigeant, plus les coûts annuels seront élevés, plus le risque d'essoufflement se manifestera rapidement. Par contre, cette fré-

quence suscitera un intérêt plus soutenu et créera plus facilement ce lien qui est l'objectif de bien des périodiques scouts.

Le contenu

Une politique éditoriale comprend toujours une grille de contenu qui permet d'assurer une certaine permanence. Voici quelques exemples pouvant entrer dans cette grille pour un périodique de groupe:

- mot du chef de groupe,
- mot de l'agent de développement spirituel,
- rubrique technique,
- rubrique pour chaque branche ou chaque groupe d'âge,
- coin jeux,
- rubrique formation,
- anniversaires,
- courrier des lecteurs,
- scoutisme dans le monde,
- babillard ou petites annonces.

Chacun des éléments revient à chaque parution.

Ce contenu ne constitue cependant qu'une partie de l'espace rédactionnel. Le reste sera occupé par des éléments variant d'un numéro à l'autre: reportages, témoignages, réflexions, nouvelles... On peut exploiter un thème à chaque numéro, mais pas au point de sacrifier la grille habituelle, sinon dans des circonstances exceptionnelles comme un anniversaire collectif important (par exemple, le 10^e, le 25^e ou le 50^e du groupe).

4. Les principales fonctions

Le responsable ou rédacteur en chef

Deux fonctions sont absolument essentielles à la production d'un périodique de facture artisanale, mais de qualité: la **rédaction** et la **mise en page**. La même personne peut remplir ces deux fonctions, mais, même si ce sont deux personnes distinctes qui exécutent les tâches, l'une devra assumer la responsabilité du périodique: c'est le responsable ou le rédacteur en chef (ce titre peut faire un peu pompeux aux yeux des autres).

Certes, le travail en équipe est éminemment souhaitable, mais il doit y avoir un responsable. Ses tâches principales consisteront à:

- établir un calendrier de production, comprenant notamment les dates de tombée et les dates de parution;

Une politique éditoriale comprend toujours une grille de contenu qui permet d'assurer une certaine permanence.

Une personne doit assumer la responsabilité du périodique: c'est le responsable ou le rédacteur en chef.

- proposer un contenu détaillé pour chaque numéro;
- recruter un rédacteur pour chacun des articles (il arrive souvent que le rédacteur en chef rédige lui-même la majorité des textes);
- veiller à ce que les textes et les autres éléments de contenu (illustrations, photos) lui parviennent avant la date de tombée;
- corriger et réviser les textes, au besoin les réécrire, en se préoccupant de la qualité du français;
- faire une première mise en page;
- superviser le montage;
- corriger le périodique une fois celui-ci monté;
- veiller à la distribution.

Les autres fonctions

Outre un rédacteur en chef, un périodique scout peut avoir:

- un directeur artistique, chargé de l'allure visuelle du périodique; c'est lui qui sélectionnera les illustrations, les dessins et les photos; c'est souvent lui qui effectuera le montage;
- un responsable de la publicité, chargé de solliciter des annonceurs pour payer une partie des frais de production;
- un photographe;
- un illustrateur (ou un caricaturiste);
- un responsable de l'administration;
- des collaborateurs réguliers: chroniqueurs, reporters, correspondants, etc.

L'essoufflement guette le rédacteur en chef qui exécute toutes les tâches tout seul.

En réalité, il arrive que le rédacteur en chef soit conduit à jouer tous ces rôles, mais l'essoufflement le guette, sans compter une certaine forme de découragement: «Je suis toujours obligé de tout faire seul» est un refrain bien connu...

5. Les étapes de production

Avant le premier numéro

Avant de se lancer dans les étapes de production d'un périodique scout, on aura pris soin de se donner les meilleurs atouts. On aura:

- obtenu un budget,
- choisi un format,
- trouvé un titre,
- adopté un calendrier de production (avec dates de tombée et de parution),
- mis au point une maquette¹ (exemple ci-contre),
- recruté l'équipe ou le comité de rédaction,
- précisé une politique éditoriale,
- établi un mode de fonctionnement,
- déterminé le procédé de reproduction le plus avantageux,
- arrêté un mode de distribution efficace.

Le contenu dans ses grandes lignes

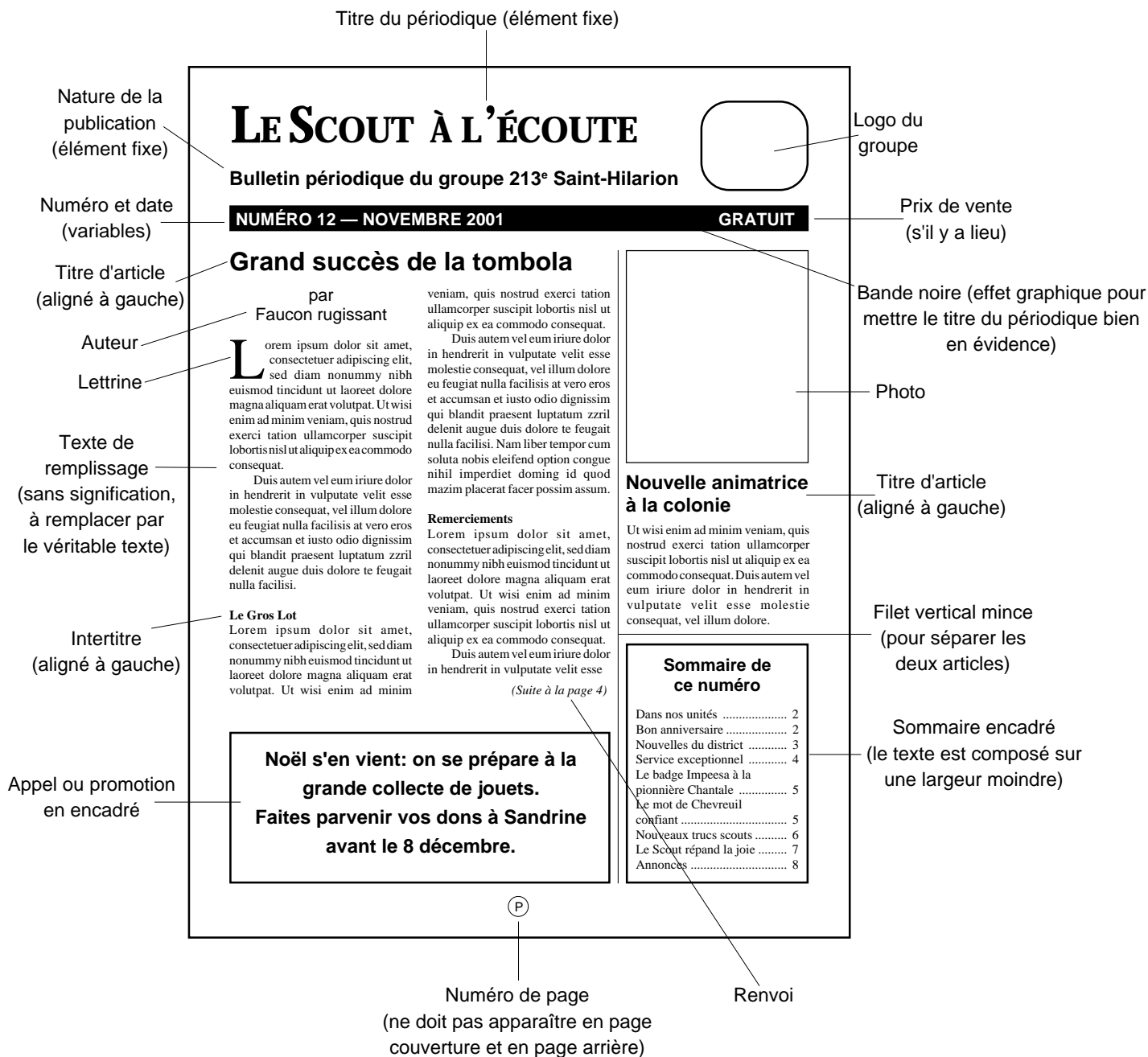
La première étape de production d'un numéro consiste à en déterminer le contenu dans ses grandes lignes. Idéalement, cet exercice se fait en petite équipe (l'équipe du journal ou le comité de rédaction), mais il arrive souvent que la tâche incombe au rédacteur en chef seul. Voici quelques questions qui peuvent aider à «faire le tour» des possibilités:

- y a-t-il des événements récents ou à venir prochainement qu'il vaudrait la peine de rapporter ou d'annoncer?
- y a-t-il des nouvelles ou des articles publiés dans d'autres journaux ou revues qu'il vaudrait la peine de reproduire (si on peut en obtenir l'autorisation)?
- une personnalité intéressante (sur le plan scout, naturellement) pourrait-elle être interviewée ou écrire elle-même un article?
- comment mettre un peu de fantaisie et d'humour?

Le choix du contenu devrait être effectué en petite équipe.

¹ Pour publier un périodique de qualité, il est recommandé de confier le travail de conception de la maquette initiale à un spécialiste (infographiste). Celui-ci présentera notamment une grille de montage, la page couverture type (avec titre et autres éléments permanents en position), une page intérieure type, et il suggérera probablement les polices de caractères à utiliser.

**MAQUETTE DE PÉRIODIQUE DE
FORMAT 8 1/2" X 11"
(ici réduite à 50 %)
SUR TROIS COLONNES**



Les demandes aux collaborateurs

Une fois le sommaire déterminé, on doit préciser ce qu'on attendra de chacun des collaborateurs pressentis. Pour cela, il faut déjà avoir une idée de mise en page, surtout en ce qui concerne la longueur des textes. À ce sujet, disons qu'il est toujours préférable de demander des textes courts et concis; de toute façon, le rédacteur en chef devra réécrire ou réduire les textes la plupart du temps.

Ordinairement, les gens ne se précipitent pas pour écrire des articles. Il faut non seulement les solliciter, mais insister et les rassurer. «Ne crains rien, je corrigerai tes fautes...» Ou encore: «T'en fais pas si tu sais pas comment l'écrire, raconte-moi ce que tu veux dire, je pourrai l'écrire à ta place...»

Les demandes ne comprennent pas que les textes, elles incluent aussi les photos, illustrations, caricatures... Bref, il s'agit de rassembler tout le contenu prévu (y compris les publicités) avant la date de tombée. Petit truc de rédacteur en chef: indiquez une date de tombée à vos collaborateurs tout en sachant que la véritable date de tombée ne surviendra que quelques jours plus tard; vous pourrez ainsi accorder quelques jours de grâce aux retardataires...

Il faut souvent «pousser dans le dos» des collaborateurs réguliers. «Comment, déjà un autre numéro? Oui, oui, je te le promets pour la semaine prochaine. Ah! Tu préférerais demain? Si j'ai le temps...»

La mise en page

Une fois tout le matériel arrivé, on peut procéder à une première mise en page. Il est souhaitable que les textes soient tous tapés selon les mêmes paramètres (même grosseur de caractères, même largeur, même interlignage); ainsi, le rédacteur en chef finit par savoir «d'instinct» à quelle longueur chacun correspondra dans le montage ultérieur.

La première mise en page consiste à choisir les pages dans lesquelles les textes et les autres éléments rédactionnels (photos, dessins, etc.) seront insérés. À la une, je choisis telle photo et tel texte, à la page 2, tel autre texte avec dessins, etc. Cette étape est absolument indispensable avant de commencer le montage.

Exemple de mise en page initiale:

Page couverture: photo de la fête de groupe avec légende
reportage sur la fête de groupe, par Paul
sommaire du numéro

Page 2: rubrique JOYEUX ANNIVERSAIRE!
potins de Renard fureteur
coin de la formation (Claudette)

Il est toujours préférable de demander des textes courts et concis.

Les demandes ne comprennent pas que les textes, elles incluent aussi les photos, illustrations, caricatures...

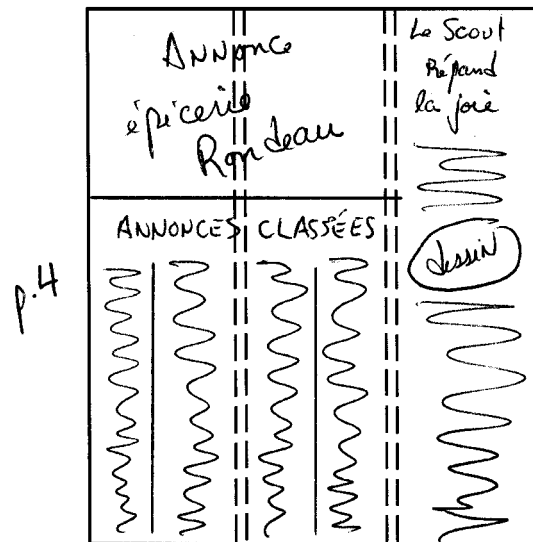
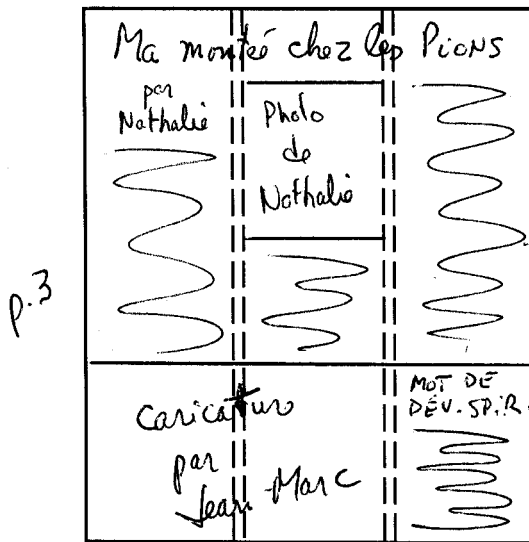
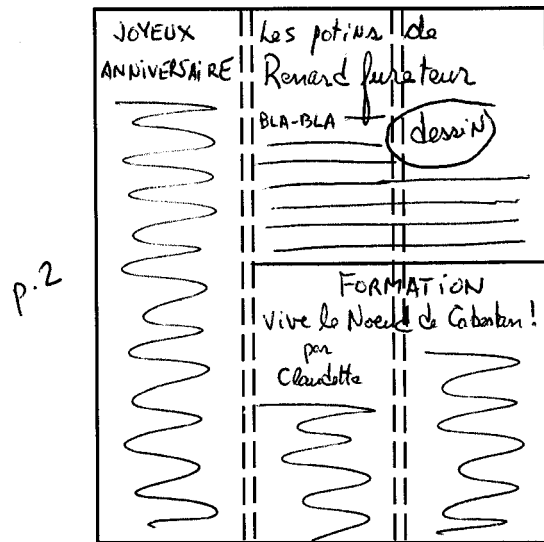
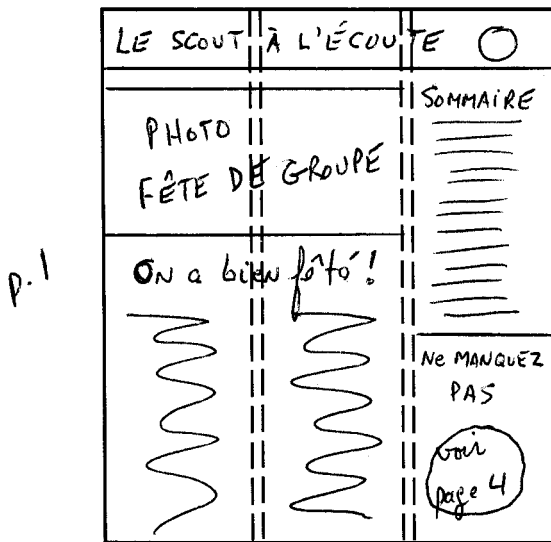
Il est souhaitable que les textes soient tous tapés selon les mêmes paramètres (même grosseur de caractères, même largeur, même interlignage).

Dessinez votre périodique à peu près comme vous souhaiteriez qu'il apparaisse une fois monté. N'hésitez pas à multiplier les esquisses.

Page 3: mot de l'agent de développement spirituel
caricature de Jean-Marc illustrant la Loi scout
Nathalie raconte sa montée chez les Pionniers (photo)

Page 4: publicité (épicerie Rondeau)
petites annonces
histoires drôles, par Stéphane

Une fois cette première mise en page effectuée, il est conseillé de préparer une maquette à la main (en oubliant l'ordinateur pour l'instant). Autrement dit, dessinez votre périodique à peu près comme vous souhaiteriez qu'il apparaisse une fois monté. N'hésitez pas à multiplier les esquisses. En réalité, vous faites de la conception graphique.



La conception graphique

La conception graphique d'un périodique, c'est l'art de présenter le contenu sur le plan visuel. C'est souvent l'aspect le plus négligé dans un périodique artisanal, car personne n'a la moindre idée de l'attention qu'il faut porter à des dizaines de détails. Le plus souvent, on se contente d'étaler le texte sur la page comme ça vient... Parfois, on se permet beaucoup de fantaisie en changeant de police de caractères à chaque titre ou à chaque article... On rapetisse des textes, on en agrandit d'autres pour que tout le matériel entre dans le cadre...

Or, il y a des règles de conception graphique et il y a des règles typographiques, tout comme il y a une grammaire pour la rédaction. Ces règles ne sont pas absolues, elles autorisent bien des audaces, mais elles sont importantes si on veut donner de l'allure à un périodique, si on veut en favoriser la lisibilité et si on désire projeter une image de qualité. Voici quelques conseils destinés aux débutants:

- observez bien les magazines et les journaux que vous préférez: comment sont-ils montés? Sur combien de colonnes? Où sont placées les photos? Débordent-elles du cadre? Quelle est la grosseur des titres? Aimez-vous les encadrés?
- adoptez une «grille» de montage qui se retrouvera à chaque page; pour un format 8 1/2" x 11", il est recommandé de travailler le plus souvent possible sur trois colonnes; évitez autant que possible les présentations sur deux colonnes égales, évitez surtout de présenter des textes sur une seule colonne qui fait toute la largeur de la page;
- choisissez une police de caractères (on dit aussi famille de caractères ou fonte) pour les textes et une autre pour les titres; deux suffiront pour tout le périodique; il est recommandé d'adopter une police avec empattement pour les textes et sans empattement pour les titres et même les intertitres²;
- optez pour les présentations les plus simples et les plus claires;
- laissez des marges assez larges pour aérer la présentation;
- choisissez des titres courts plutôt que longs;
- un texte peut être aligné à gauche, à droite, centré ou justifié; autant que possible, choisissez le même type d'alignement pour tous les textes;

² L'empattement est un trait horizontal en haut et en bas des lettres; le Times est une police de caractères avec empattement très utilisée. Un caractère sans empattement est aussi appelé caractère bâton; Helvetica est un bon exemple de ce type de police.

Il y a des règles de conception graphique et il y a des règles typographiques, tout comme il y a une grammaire pour la rédaction.

Dans un format 8 1/2" x 11", il est recommandé de travailler le plus souvent possible sur trois colonnes.

a minuscule
A MAJUSCULE
A PETITE MAJUSCULE
a gras
a italique

Largeur variable = 100 %
 Largeur variable = 80 %
 Largeur variable = 120 %

- même chose pour les titres: si vous les préférez centrés, centrez-les tous.

Sur le plan typographique, la plupart des logiciels de mise en page (et même certains logiciels de traitement de texte) permettent de jouer beaucoup avec le texte :

- pour un même caractère, on peut utiliser le gras, l'italique, la majuscule, la petite majuscule...³;
- on peut varier la hauteur de l'espace entre les lignes et entre les paragraphes, ce qui permet notamment de faire entrer un texte exactement dans l'espace prévu, sans avoir besoin de modifier la taille des caractères ou de couper le texte;
- on peut varier la largeur des caractères (la «chasse») ou l'interlettrage (l'espace entre les lettres).

Pour jouer avec ces éléments, il faut toutefois bien connaître son logiciel et prendre garde aux déséquilibres que certains choix pourraient causer.

Voici quelques pièges de mise en page que, avec une certaine expérience, on finit par arriver à éviter :

- lignes blanches zigzagantes dans le texte,
- espacement trop étroit entre les colonnes,
- alignement horizontal non voulu de titres et d'intertitres,
- grands trous blancs,
- pages surchargées,
- titres indistincts,
- colonnes de hauteur inégale,
- légendes trop longues sous les photos,
- trop d'espacement après les ponctuations⁴,
- trop d'encadrés et trop de filets (traits minces entre les colonnes et les textes),
- textes trop larges dans les encadrés,
- veuves et orphelins (lignes isolées en bas ou en haut d'une colonne),
- tabulations et renforcements exagérés (c'est souvent le cas quand les colonnes sont étroites),
- coupures de mots excessives,
- caractères trop variés en taille et en polices.

³ On peut aussi souligner des caractères ou des mots, mais le souligné est très rarement utilisé en typographie. Pour mettre un mot en évidence, il est préférable d'avoir recours à l'italique plutôt qu'au gras).

⁴ En mise en page, il faut oublier certaines règles typographiques apprises pour la dactylographie. Par exemple, on ne tapera qu'un seul espace après un point, et non deux.

Le traitement des images

Un périodique scout sans images ne sera jamais très populaire. Les images peuvent être variées:

- photographies,
- dessins,
- caricatures,
- graphiques,
- logos.

Donnez-vous comme ligne de conduite de publier au moins une image ou un élément visuel dans chaque page de votre périodique. N'hésitez pas à puiser dans les banques d'images que peut vous fournir votre ordinateur. Bon nombre de logiciels permettent par ailleurs de créer des images; essayez. L'avantage des images déjà présentes sur support informatique est qu'il n'est pas nécessaire de passer par l'étape de la numérisation. Sinon, il faudra un numériseur (scanner).

Un périodique reproduit en noir et blanc (ce qui est le cas le plus fréquent) a avantage à ne présenter que des dessins ou des illustrations au trait, car la photocopie permet rarement une reproduction de qualité des gris ou des noirs solides.

Les photographies constituent un problème particulier. D'abord, elles conviennent rarement à la reproduction par photocopie, même quand elles ont été numérisées. Souvent, elles sont en couleurs à l'origine (leur version noir et blanc fait perdre tout leur éclat et bien des détails), elles ne sont pas au point (floues, surexposées ou sous-exposées) et elles sont bien mal cadrées. Heureusement, il est facile de surmonter cette dernière difficulté: il suffit de recadrer la photo en ne retenant que les éléments essentiels. Si on ne peut le faire sur l'ordinateur, on le fera simplement à l'aide d'une paire de ciseaux. On peut aller plus loin en effectuant une opération de *détourage*, c'est-à-dire en découpant soigneusement un personnage ou un objet pour le présenter sans fond ou arrière-plan.

Faut-il renoncer à publier des photos qui ne sont pas de bonne qualité? Dans un périodique artisanal, certainement pas. Même pas très bonne, une photo peut avoir une grande signification pour le lectorat; sa publication flattera son auteur... et toutes les personnes qui se trouvent sur la photo. C'est un peu comme les photos de famille: même ratées, elles représentent parfois un souvenir inestimable.

Le montage

Le montage lui-même est une étape qui demande une bonne connaissance du logiciel utilisé. Si on ne dispose pas d'un tel logiciel, si on n'a pas le temps d'apprendre comment il faut faire, si aucun

Donnez-vous comme ligne de conduite de publier au moins une image ou un élément visuel dans chaque page.

Même pas très bonne, une photo peut avoir une grande signification pour le lectorat.

collaborateur bénévole «ne connaît ça», il y a moyen de procéder d'une manière plus artisanale, mais quand même efficace. Il s'agit du bon vieux montage à la main, qui ne requiert que des ciseaux, un pot de colle (caoutchouc) et «le compas dans l'œil».

Ayant déterminé la largeur des colonnes de texte, transcrivez tous les textes (à l'aide d'un traitement de texte) selon cette largeur. Vous obtiendrez ainsi des bandes de texte qu'il vous suffira de découper et de coller sur des feuilles blanches, en colonnes, suivant certains repères de maquette (traits ou filets pâles qui pourront être effacés). Collez de même photos et dessins, après les avoir réduits ou agrandis (à l'aide d'un photocopieur), dans les espaces que vous aurez prévus.

Notez qu'il est possible de combiner la méthode informatique à la méthode artisanale si on n'a pas tous les appareils et les logiciels voulus. Par exemple, on monte tout le texte à l'ordinateur, mais on colle ensuite photos et images à la main.

La correction d'épreuve

La correction d'épreuve est un exercice qui exige beaucoup d'attention et de vigilance, et même un certain entraînement.

Une fois le montage effectué, on imprime une «épreuve», c'est-à-dire un premier exemplaire qui doit ressembler le plus possible à la version définitive escomptée. La correction de cette épreuve est non seulement une étape indispensable, c'est également un exercice qui exige beaucoup d'attention et de vigilance, et même un certain entraînement. À ce stade, il est souhaitable qu'au moins deux personnes interviennent: le rédacteur en chef et une autre personne qui n'a pas encore lu les textes. Un œil nouveau peut déceler en effet bien des erreurs qui auraient échappé au rédacteur lors de la mise en forme des textes avant la mise en page.

La correction d'épreuve comprend:

- une relecture attentive et minutieuse de tous les textes, en portant attention à l'orthographe, aux coupures de mot à la fin des lignes, aux traits d'union incongrus résultant du déplacement de mots coupés manuellement, et aux titres (on oublie souvent de les relire parce qu'ils sont plus gros, mais une faute dans un titre sautera aux yeux de bien des lecteurs);
- une vérification de la mise en page (s'il y a un sommaire, les bonnes pages doivent être indiquées) et du montage (alignement des titres et des textes, longueur des filets, largeur des textes en encadré, légendes correspondant bien aux photos, etc.).

Si les corrections sont nombreuses, il est recommandé d'imprimer une deuxième épreuve. On vérifiera alors si toutes les corrections ont été bien effectuées.

La reproduction

Le montage terminé et les corrections effectuées, vous voilà avec un *prêt-à-photo*, comme on dit en langage d'imprimerie. Idéalement, ce prêt-à-photo sort d'une imprimante laser d'une résolution minimum de 300 dpi. Si vous ne disposez pas d'une telle imprimante, il vaut la peine de vous rendre dans une boutique d'informatique avec votre disquette et de demander qu'on vous l'imprime (8 ou 12 pages ne devraient coûter qu'une somme très minime).

Dans la plupart des cas, le procédé de reproduction le plus avantageux est la photocopie, disons jusqu'à 500 exemplaires⁵, mais il faut choisir un appareil qui permet d'obtenir la meilleure qualité possible, par exemple dont on pourra contrôler la densité d'encre. Si vous avez opté pour un format 8 1/2" x 11", essayez de reproduire votre périodique «en cahier», c'est-à-dire en double page et recto-verso, sur des feuilles 11" x 17"; il vous suffira ensuite de plier chaque feuille (2 feuilles pour un 8 pages, 3 pour un 12 pages et 4 pour un 16 pages) et d'agrafer le cahier «à cheval» (deux agrafes sur la tranche) en guise de reliure. Le produit fini a meilleure allure qu'une série de feuilles agrafées dans la marge.

La distribution

La distribution a pour but unique d'atteindre le lectorat visé. Les meilleures méthodes sont à cette fin la livraison par la poste et la remise de main à main. Plus il y a d'intermédiaires, moins bonnes sont les chances que la publication parvienne à son lecteur. On peut cependant afficher la publication bien en vue, ce qui permet d'attirer de nouveaux lecteurs.

On oublie souvent que la livraison implique un délai. Il peut s'agir du délai normal de livraison par la poste ou encore d'une période qui se déroule avant qu'une occasion ne se présente de remettre la publication de main à main. Ce délai cause un problème quand la publication annonce des événements à brève échéance: quand le lecteur prendra connaissance de l'annonce, l'événement sera peut-être passé. C'est un élément à prendre en compte au moment de la préparation de la publication.

La publication peut également être diffusée sur le réseau Internet. Mais, bien qu'on en parle beaucoup, bien des gens ne sont pas encore «branchés» sur l'inforoute. Internet ne permet pas toujours de rejoindre la majorité du lectorat scout. Internet peut donc être un moyen de diffusion complémentaire, qui s'impose particulièrement dans le cas où le lectorat est très dispersé.

⁵ Au-delà de 500 exemplaires, on peut envisager de faire imprimer la publication, mais on devra peut-être «magasiner» pour obtenir un prix plus avantageux que la photocopie.

Dans la plupart des cas, le procédé de reproduction le plus avantageux est la photocopie.

Les meilleures méthodes de distribution sont la livraison par la poste et la remise de main à main.

6. L'ABC de la rédaction d'un texte d'information

Les cinq W: what, who, where, when, why?

Il y a plusieurs types de textes dans un périodique scout, mais bon nombre visent à informer le lecteur. C'est notamment le cas des reportages, c'est-à-dire des textes qui relatent un événement qui a eu lieu, et des annonces d'événement. Certains éléments sont indispensables à l'efficacité du message. Pour les retenir, on parle en anglais des cinq W:

What ? (Quoi ?)	De quoi s'agissait-il ? De quoi s'agira-t-il ?
Who ? (Qui ?)	Qui était là ? Qui organisait ? Qui est invité ?
When ? (Quand ?)	Quand l'événement a-t-il eu ou aura-t-il lieu ?
Where ? (Où ?)	Où a-t-il eu ou aura-t-il lieu ?
Why ? (Pourquoi ?)	Quelle était, quelle est la raison d'être de l'événement ?

Il est conseillé de rédiger les divers éléments d'un texte en ordre d'importance décroissant.

Dans la plupart des cas, on arrive à répondre à toutes ces questions en quelques phrases (cinq à dix lignes). Et c'est après y avoir répondu qu'on peut élaborer, développer un aspect ou l'autre, ou se livrer à une analyse.

Il est conseillé de rédiger les divers éléments d'un texte en ordre d'importance décroissant, car, si le texte doit être coupé, c'est en général le ou les derniers paragraphes qui seront supprimés.

7. Le droit d'auteur

Avant de publier un texte ou même un dessin, le ou la responsable d'un périodique scout s'assurera d'avoir toutes les autorisations nécessaires.

Pour compléter ce module, nous attirons l'attention sur la question du droit d'auteur. Trop souvent, sous prétexte qu'il s'agit d'une publication artisanale sans but lucratif, les éditeurs de périodiques scouts pigent textes et illustrations à droite et à gauche sans se soucier du droit d'auteur. Par exemple, on aime bien reproduire (sans autorisation) la bande dessinée Snoopy où l'on voit celui-ci habillé en scout. Or, une telle pratique est illégale et l'éditeur pourrait être poursuivi pour avoir enfreint une loi s'appliquant au droit d'auteur (loi canadienne ou étrangère).

Avant de publier un texte ou même un dessin, le responsable d'un périodique scout s'assurera donc d'avoir toutes les autorisations nécessaires. Il est à noter que, dans le cas de matériel provenant d'autres organisations scout ou d'autres niveaux de l'Association des Scouts du Canada, il suffit ordinairement de citer la source.

8. Guide lexicographique à l'usage des rédacteurs scouts

Remarques générales

NOMS DES BRANCHES. On écrit ces termes avec une majuscule (les Pionniers, les Exploratrices, les Éclaireurs, etc.). Lorsque le terme est mis en apposition à un nom collectif au singulier, on l'écrit au pluriel; par exemple, la branche Éclaireurs (sous-entendu la branche des Éclaireurs), le club Intrépides, le poste Pionniers, le camporee Louveteaux; mais... l'animateur Castor, la promesse Éclaireur...

NOMS GÉNÉRIQUES DE DIVERSES ENTITÉS SCOUTES. Ces termes s'écrivent avec une minuscule, sauf dans le cas où ils désignent un nom corporatif officiel. Par exemple, le groupe Saint-Esprit, le district de Lanaudière, la meute Mowgli; mais... la Fédération québécoise du scoutisme, l'Association des Scouts du Canada.

Quand le générique d'un nom corporatif est repris seul dans une phrase, il prend une majuscule, mais on peut aussi utiliser le sigle désignant la corporation. Le sigle s'écrit en majuscules, sans points. Par exemple, l'Association (ou l'ASC) a décidé de... Mais... nous formons une association scoutie comme les autres, l'Association est composée de quatre fédérations.

NOMS DES DIVERSES INSTANCES. Ces termes s'écrivent avec une minuscule quand ils désignent des instances usuelles, mais on peut les écrire avec une majuscule initiale quand ils désignent des entités particulières; dans ce cas, l'entité doit être écrite en entier. Par exemple, le conseil d'administration de l'ASC, le comité exécutif de la Fédération, l'assemblée générale du district de Saint-Jean; mais... la Commission nationale permanente sur l'uniforme, cette commission a décidé de...

TITRES ET FONCTIONS. Ces termes s'écrivent avec une minuscule. Par exemple, le président, le commissaire, le chef de groupe, le directeur général (sans trait d'union)...

FÉMINISATION. Équivalents féminins de quelques termes masculins:

éclaireur	éclaireuse
pionnier	pionnière
Scout-Aîné	Scoute-Aînée
président	présidente
directeur général	directrice générale
animateur	animatrice
formateur	formatrice

Termes féminins ou masculins: castor (un ou une castor), louveteau (un ou une louveteau), commissaire, gestionnaire, chef, responsable, jeune...

Lexique

Note. Quand il est dit qu'un terme s'écrit avec une minuscule, cela ne vaut pas, bien entendu, quand ce terme commence une phrase (il s'écrit alors avec la majuscule de rigueur).

B.A. Deux majuscules, deux points abrégatifs, pas d'espace entre les deux lettres.

Baden-Powell. S'écrit toujours avec un trait d'union (Baden n'est pas le prénom du fondateur du scoutisme — Robert Baden-Powell). En abrégé, on écrit B.-P. (deux points et trait d'union).

Badge. Ce mot est masculin quel qu'en soit le sens (*Multidictionnaire des difficultés de la langue française*). Certains dictionnaires (*Petit Robert*) lui reconnaissent néanmoins un sens spécifiquement scout quand il désigne un insigne métallique rond qui correspond à un brevet de spécialité). En 1998, l'Association des Scouts du Canada a décidé de n'employer ce terme qu'au masculin : le badge Annapurna, un badge de compétence.

Badge de Bois. Majuscules à Badge et à Bois.

Brevet mondial de protection de la nature. B majuscule, autres mots avec des minuscules.

C.P. (Éclaireurs). Majuscules et deux points abrégatifs; pas d'espace entre les deux lettres.

Croix de Jérusalem. Majuscules à Croix et à Jérusalem.

Croix de Promesse. Majuscules à Croix et à Promesse.

Insigne mondial. I majuscule, m minuscule.

Loi (scoute). L majuscule. À noter qu'il n'y a qu'une seule Loi, et non dix: la Loi scoute se compose de dix articles.

Mouvement scout. M majuscule, s minuscule.

Nœud de Cabestan. Majuscules à Nœud et à Cabestan quand on veut parler du brevet de formation. Pour parler du nœud proprement dit, on écrit *nœud de cabestan*. Un cabestan est un treuil sur lequel on enroule un câble.

Nœud de Carrick. Majuscules à Nœud et à Carrick quand on veut parler du brevet de formation. Pour parler du nœud proprement dit, on écrit *nœud de carrick*. Un carrick est une redingote ample. On entend souvent garrick (avec un g), c'est une erreur à corriger.

FORMATION MODULAIRE

Nœud de Gilwell. Majuscules à Nœud et à Gilwell. Gilwell est un nom propre, désignant la famille qui a cédé un terrain à B.-P. pour qu'il y organise des cours de formation (Gilwell Park).

Nœud de Tisserand. Majuscules à Nœud et à Tisserand quand on veut parler du brevet de formation. Pour parler du nœud proprement dit, on écrit *nœud de tisserand*.

Promesse (scoute). P majuscule.

S.P. (Éclaireurs). Majuscules, deux points, pas d'espace entre les deux points.

Scout. Nom ou adjectif. S'écrit avec une minuscule: voici un scout, nous sommes des scouts. Quand il est adjectif, il s'accorde en genre et en nombre avec le nom auquel il se rapporte: l'unité scout, les rassemblements scouts...

PÉDAGOGIE

Examiner des revues, des bulletins d'information ou des magazines en repérant divers éléments et procédés graphiques, et en relevant ce qui plaît et ce qui déplaît.

Dessiner des maquettes à la main.

Apprendre un logiciel de mise en page.

S'initier à divers types de rédaction: reportage (compte rendu d'un événement), communiqué, promotion ou annonce, interview (enregistrer des propos sur cassettes, puis les transcrire et les adapter)...

Imaginer un périodique scout pour le proposer comme projet à un conseil de groupe.

Rencontrer des professionnels de la rédaction (journaliste, rédacteur, réviseur, traducteur, écrivain, correcteur) et discuter avec eux de problèmes d'écriture.

Rencontrer un infographiste et lui demander conseil.

Visiter une salle de rédaction d'un média écrit.

Rencontrer le responsable d'un périodique scout.

Collaborer à un périodique scout comme reporter, chroniqueur, photographe, dessinateur ou autre.

SOURCES ET RESSOURCES

Logiciels de traitement de texte comportant des fonctions de mise en page (mise en colonnes, encadrés, etc.): Word, Word Perfect...

Logiciels de mise en page: Page Maker, Quark X-Press.

BUREAU DE LA TRADUCTION, *Le Guide du rédacteur*, Travaux publics et Services gouvernementaux Canada, 1996.

PARKER, Roger C. et THÉRIEN, Lise, *Mise en page, un guide de conception graphique sur micro-ordinateur*, Les Éditions Reynald Goulet, 1991.

RAMAT, Aurel, *Le Ramat de la typographie*, Aurel Ramat éditeur, 1994.

Évaluation formative du module PUBLIER UN PÉRIODIQUE SCOUT

L'adulte en apprentissage doit:

- énumérer les objectifs possibles d'un périodique scout;
- énumérer les composantes d'une politique éditoriale et indiquer ses préférences en les justifiant;
- énumérer les responsabilités d'un rédacteur en chef de périodique scout;
- rédiger un article pour un périodique scout existant;
- décrire chaque étape de production d'un périodique scout;
- présenter une maquette (à la main ou à l'ordinateur);
- élaborer un projet de périodique scout détaillé et produire un numéro pilote.

Note. Un numéro pilote peut se réduire à un feuillet de deux ou quatre pages reproduit à quelques exemplaires.