

# des textes en quête de présentation

par dany fortin

Avant, on avait d'un côté ceux qui écrivaient les textes et de l'autre, ceux qui devaient les présenter. L'informatique a changé bien des choses et aujourd'hui, comme bien du monde, vous avez peut-être cédé à la tentation d'effectuer vous-même la mise en pages de vos textes à l'aide d'un logiciel comme QuarkXpress. Mais vous vous êtes rapidement aperçu que les bonnes intentions ne suffisent pas et que le logiciel le plus performant ne remplace pas un spécialiste. À plus forte raison si votre projet était de créer un magazine.

Michèle Tellier en sait quelque chose. Elle «fabrique» des magazines depuis 15 ans. «Rien de pire qu'un rédacteur qui t'arrive avec un document tout mis en pages. Ça s'en va un petit peu à gauche, un petit peu à droite... Quand on lui demande s'il a des guides, c'est invariable, il répond : "Quels guides?"» «Les gens s'imaginent qu'on prend le texte, qu'on le photocopie et que c'est comme ça qu'on fait une revue, enchaîne Roger Chamberland, directeur de la revue *Québec français*. Le graphiste est obligé de défaire toute la mise en pages effectuée par l'auteur du texte, parce que ça ne correspond pas à celle du magazine.» En général, le graphiste préfère recevoir un texte brut, sans mise en pages. Un des rôles du rédacteur en chef consiste précisément à s'assurer que les auteurs s'en tiennent à la rédaction du texte et laissent la conception visuelle au graphiste.

## Le duo graphiste-rédacteur

La fabrication d'un magazine est le résultat d'un travail conjoint. Participent normalement à l'aventure le rédacteur en chef, son adjoint et le graphiste. «Tout ce beau monde a vraiment des points communs, dit Sylvie Pouliot, professeure en design d'édition à l'École des arts visuels de l'Université Laval. Écrire, c'est une forme de création et faire de la conception visuelle aussi. Ces deux genres créatifs sont différents, mais subissent les mêmes contraintes : À qui s'adresse-t-on ? Quel est le format ? etc.»

Dans un premier temps, le rédacteur remet les textes au graphiste dans l'ordre de présentation et lui donne les consignes particulières. Il le reverra pour le plan de mise en pages. «Moi, je remets à la graphiste la répartition des pages, le nombre de pages pour chaque dossier, le nombre de pages à ne pas dépasser pour les articles, raconte Roger Chamberland. Il y a ce que j'exige et ce que je laisse au choix de la graphiste, les photos par exemple. De son côté, la graphiste apporte des arguments qui relèvent à la fois du graphisme, de l'ergonomie et de la lecture. Des choses auxquelles je n'avais pas nécessairement réfléchi.»

Rédacteurs et graphistes s'entendent pour dire que la qualité de leurs échanges compte beaucoup. Selon les graphistes, s'il n'est pas nécessaire que le rédacteur possède des notions de mise en pages, il faut toutefois qu'il comprenne comment le numéro va être structuré. Mais le plus important, c'est qu'il soit très compétent dans son propre domaine. «Le graphiste doit faire passer le message, mais encore faut-il que le message soit clair ! Le propos, on ne fait que l'emballer finalement», dit Michèle Tellier.

## Tout pour le lecteur

Le magazine s'adresse toujours à une clientèle cible que le rédacteur comme le graphiste doivent respecter. Le destinataire impose le choix du style de rédaction et de mise en pages. Comme le dit Sylvie Pouliot, «t'écrit pas sur le même ton à des adolescents et à des personnes de 30 ans, et le graphiste ne s'exprimera pas de la même façon non plus». Tant le contenu de la revue que la mise en pages doivent correspondre aux attentes du lecteur. «*Québec français* est lu principalement par des femmes de 40 à 45 ans, relativement conservatrices, mentionne Roger Chamberland. C'est pour ça qu'on a choisi une mise en pages classique. Si on la faisait plus "flyée", on perdrait des lectrices.»

Le graphiste place tous les éléments du magazine – éditorial, chroniques, articles, etc. – dans un certain ordre. C'est cependant le rédacteur en chef qui décide que tel article est plus important qu'un autre ou que deux articles doivent absolument se suivre. À tout cela s'ajoute la publicité. Dans certains cas, un client exige un placement préférentiel et paye 15 % de plus pour être placé dans tel article, au début ou à droite. Les contraintes d'ordre publicitaire : espaces brisés, quarts de page, etc., sont plutôt bien acceptées par le graphiste.

Contrairement à ce qu'on pourrait penser, plusieurs considèrent que la publicité ne nuit pas à la mise en pages. «Visuellement, c'est beau, la publicité met du relief dans un magazine, elle apporte quelque chose de vivant», estime M<sup>me</sup> Tellier. De toute façon, le rédacteur en chef et le graphiste n'ont souvent pas le choix, puisque les annonceurs contribuent grandement à la parution du magazine. Pas de pub, pas d'édition.

Le graphiste doit aussi tenir compte de la largeur des colonnes, des bas et des hauts de pages, des espaces blancs et des marges, sans oublier les contrastes typographiques (caractères gras, italiques, titres, sous-titres, encadrés, etc.), afin d'assurer au texte la meilleure présentation. Souvent, en raison de toutes ces contraintes, c'est le graphiste qui établit le nombre de feuillets que le rédacteur en chef doit lui apporter pour un magazine. En cas de litige sur la présentation d'un article, c'est cependant toujours ce dernier qui tranche. Le rédacteur en chef reste le grand responsable de la conception du message. Mais un message qui attire le regard a forcément plus de chances de susciter l'intérêt du lecteur... ☐

... balle de 3, de 5, de 10  
... chemins de fer, sous le  
... on des postes, font parvenir  
... ant affranchissement obligat  
... eut mettre dans les colis  
... ayant le caractère d'une com  
... COLITE n. f. Inflammatio  
... COLLABORATEUR, TR  
... labore : Lullu fut le collabor  
... COLLABORATION  
... collaborer. Ensemble des c  
... COLLABORER (kol-la  
... lat. laborare, travailler).  
... plusieurs personnes à un  
... COLLAGE (ko-la-je)  
... papier de tenture. Opér  
... tner de colle le papier  
... on de clarifier le vin  
... COLLANT (ko-lan)  
... tant, qui dessine les  
... APSUS (kol-la  
... le des forces  
... me fréquen  
... SOL n. f.  
... (le  
... ur

