

Liste des principaux symboles utilisés dans les corrections d'épreuves

Pour faciliter l'indication et la compréhension des corrections et assurer leur exécution, une série de signes conventionnels qui a fait ses preuves peut être utilisés lors des relectures des épreuves :

Lettre à changer
Lettre à ajouter
Lettre à supprimer
Lettres à intervertir
Mot à changer
Mot à ajouter
Mot à supprimer
Mots à intervertir

A composer en PCap
A composer en CAP
A composer en romain
A composer en italique
A composer en gras

Espace à ajouter/augmenter
Espace à supprimer/diminuer

Blanc à augmenter
Blanc à diminuer

Alinéa à insérer

Alinéa à supprimer

Mot biffé à conserver

Bourdon (mots manquants)

Mauvaise césure

Ligne à sortir

Ligne à rentrer

IL FAUT se rendre à l'évidence, les lecteurs lisent peu, de moins en moins semble-t-il! Le public renonce-t-il à lire, ne sachant pas choisir parmi la masse de documents qui lui est inlassablement proposée, ou est-ce par réaction qu'il refuse de lire? Il est possible en effet qu'il n'accepte pas le fait que les boîtes aux lettres se remplissent aussitôt vidées. Les titres de journaux et de revues ne cessent d'augmenter pour lui tenter de l'intéresser ou que les affiches se multiplient pour attirer son regard (son) et attention dès qu'il sort dans la rue.

LES LECTEURS lisent moins. Manque de temps ou concurrence des autres médias sont les excuses des uns ou des autres. Il est en effet indéniable que la télévision d'abord, Internet ensuite, ont une incidence sur leur comportement. Les lecteurs veulent décider. Ils sont aujourd'hui habitués à se servir, choisir ce qu'ils veulent parmi tout ce qu'on leur propose, changer dès qu'ils le souhaitent, « zapper », « surfer » sur l'information... Certains pensent même sans doute que l'ère des documents imprimés est terminée! Les plus jeunes, surtout, ne sont plus habitués à lire. Ils se fatiguent vite, se lassent ou changent d'avis rapidement.

LES LECTEURS doivent aujourd'hui être séduits? Qu'à cela ne tienne! Toutes les méthodes sont bonnes pour y parvenir: promotion, offre spéciale d'abonnement, cadeau de bienvenue en prime, parrainage, envoi de la sélection du mois, etc. BIEN SÛR, il est possible d'« accrocher » le lecteur, par un titre, par des couleurs, ou par une présentation.

Il peut commencer à lire, alors qu'il ne l'a pas forcément décidé, mais il suffit souvent de peu de chose pour que son attention soit détournée et qu'il abandonne aussitôt sa lecture. Convaincre le lecteur de s'intéresser à ce qu'on lui propose est une chose mais le convaincre de ne pas abandonner une autre!

LES LECTEURS ont changé? Les rédacteurs s'adaptent! Les lecteurs peuvent parcourir un journal en rebondissant sur des « accroches » placées le long des textes et qui leur donnent un aperçu du contenu s'ils n'ont pas le temps ou l'envie d'en savoir davantage. Peut-être seront-ils intéressés, et aura-t-on la chance qu'ils reprennent la lecture partiellement ou même intégralement. Les lecteurs choisissent parmi les informations nombreuses,

e/
u/
g/
n/
plus
que
g-
n

(petite) cap e/
(grande) cap i/
b/ romain
d/ italique
e/ gras

#

#

... à conserver

voir copie