

# **LE TRACT**

## **DÉFINITION**

Le tract est l'élément de base de notre propagande écrite. Sa sortie n'est pas régulière mais motivée par l'actualité ou plus précisément par l'événement. Il est un moyen rapide de réplique et d'information de masse. Il est un moyen d'appel à dénoncer, d'appel à agir, d'appel à adhérer.

## **SON RÔLE**

Il traite de ce que vivent les salarié-e-s, de ce qui leur est sensible, immédiatement perceptible. Il alerte, interroge, polémique, propose. Il tient compte de la catégorie de salarié-e-s auxquels il s'adresse et des idées, justes ou fausses, qu'ils/elles ont sur la question. Il annonce les propositions du syndicat sur la question.

## **SES PARTICULARITÉS**

Le tract se prête, dans sa forme, à la plus grande des souplesses qu'il faut savoir utiliser, compte-tenu du sujet traité. Il n'y a pas de style obligatoire du tract, mais une exigence : un tract = une idée. Toutes les formes d'expressions complémentaires sont possibles ; le dessin, le graphique, le tableau, la bande dessinée, la photo... Une chose à cultiver : la diversité. Une chose à éviter : la monotonie. La participation à la rédaction des tracts d'un maximum de militant-e-s évite de tomber dans les ornières de la monotonie et permet à tous et toutes de mettre la main à la pâte dans un souci à la fois de partage des tâches et de démocratie interne.

## **CE À QUOI IL FAUT PENSER**

Dater, numérotter, estampiller tous les tracts.

# **RÈGLES À RESPECTER AVANT DE RÉDIGER**

## **PENSER À OÙ ON ADRESSE LE TRACT**

Le contenu d'un tract (texte et illustrations) peut être mal interprété si on se préoccupe pas suffisamment de ceux et celles à qui le tract est adressé. Il faut donc éviter les sous-entendus, les plaisanteries au second degré, les illustrations ambiguës, les choses trop liées à notre culture interne, notre histoire, notre « folklore ».

On s'est tous, un jour ou l'autre, posé les questions : « Pourquoi tant de salarié-e-s jettent-ils les tracts avant de les avoir lus complètement ? » ou « Que reste-t-il après la lecture d'un tract ? ». Première indication pour ceux et celles qui vont rédiger un tract : penser aux lecteurs/trices auxquels le message est destiné. Qui sont-ils/elles ? Quelles sont leurs préoccupations ? Quel est le contexte ? Les idées dominantes ? Les interrogations du moment ? Non pas pour amoindrir ou édulcorer ce que nous avons à dire, mais pour mieux ajuster nos arguments à une réalité vécue, pour mieux se faire comprendre.

Les rédacteurs/trices du tract doivent choisir autant que possible leurs mots non d'après le sens qu'ils ont pour eux, mais d'après le sens qu'ils auront pour ceux qui les liront.

On ne s'adresse pas aux salarié-e-s de la même façon dans un meeting, dans un vestiaire ou au cours d'une conversation. On n'écrit pas, on n'argumente pas un tract d'ordre général à toute l'entreprise comme un tract de secteur ou destiné à une catégorie spécifique de salarié-e-s.

## **METTRE DE L'ORDRE DANS SES IDÉES**

Avant toute rédaction, s'efforcer d'ordonner ses idées. En effet, dès que les idées qu'on expose ou l'information que l'on veut exprimer sont un peu complexes, on a le plus grand intérêt, si l'on veut bien se

faire comprendre, à procéder par ordre et logique. Avant la rédaction définitive, il s'agit par conséquent de s'efforcer de disposer dans un ordre significatif les arguments les plus convaincants.

## **CONSEILS**

Pour aider au début, on peut éventuellement procéder de la façon suivante. On prépare matériellement trois feuillets A, B et C. La feuille A est une feuille d'accueil destinée à recevoir toutes les associations d'idées. La feuille B est une feuille où l'on butine, où l'on aligne les arguments. La feuille C est la feuille de choix où l'on ne retient finalement que les idées utiles, les plus percutantes, les plus convaincantes. Bien conçu et bien ordonné, le plan éclaire et prépare de façon décisive la réalisation du tract.

## **ÊTRE COURT**

Il faut aller à l'essentiel. Un tract n'est pas une longue conversation ; ce n'est pas non plus un roman. D'une façon générale, le tract doit être un matériel vite lu. C'est le « coup de gueule ». Si l'on veut garder au tract son efficacité, il est sûrement plus utile de sortir 2 ou 3 tracts pour dire des choses diverses, qu'un seul pavé indigeste.

# **RÈGLES À RESPECTER POUR RÉDIGER**

## **INDICATIONS ÉLÉMENTAIRES**

### **LA PRÉCISION**

Vérifier l'authenticité des faits que l'on relate. Ne pas hésiter à situer, à dater. Ne pas s'embarquer dans les allusions vagues ou dans la paraphrase. Par exemple, si on parle d'une circulaire ministérielle ou d'une note de service de l'employeur, citer le texte ou, au moins, sa référence précise.

### **LA CONCISON**

Parler d'une chose et d'une seule chose à la fois. Il n'est pas nécessaire de rappeler toutes les « conséquences de la crise » pour évoquer les conditions de travail dans un atelier.

### **SOIGNER SON LANGAGE**

Employer sans hésiter les mots les plus courants, les plus simples, les plus familiers, le vocabulaire de tous les jours, le franc-parler... Supprimer tout sigle inutile ou non explicité ainsi que tout jargon syndical (« la réponse cinglante », « le verdict scandaleux », « les problèmes brûlants de l'heure », « le fossé qui s'élargit », « le succès sans précédent », « l'exploitation éhontée », etc.), tous ces termes que seul-e-s peuvent entendre les « initié-e-s ». Lorsqu'on est obligé de se servir de termes particuliers, il ne faut pas manquer de les expliquer par des exemples familiers. La simplicité du ton est à rechercher, mais non la sécheresse. Pour finir, relevez les mots familiers, sabrez les mots inutiles, employez des mots qui font image et des verbes actifs, écrivez comme vous parlez, mettez le lecteur dans le coup en faisant largement appel à une expérience vécue.

### **LA SIMPLICITÉ DE LA CONSTRUCTION**

L'écriture n'a pas de formule magique. Il y a cependant des méthodes. En voilà une. Elle est simple. Commencer par la relation des faits. Pour annoncer un événement, répondez aux questions « Qui ? », « Où ? » et « Quand ? ». Là, vous êtes précis, clair. Le lecteur est directement dans le vif du sujet. Dans sa forme, l'attaque peut être très diverse : affirmation osée, choquante, anecdote amusante, exemple vécu... Tout simplement, par une question bien posée, par une série de chiffres, etc., l'objectif est d'attirer l'attention, de faire rentrer le lecteur dans le tract. Le début du texte doit donner envie de lire la suite. La fonction première de l'attaque, de l'introduction, c'est de dire vite de quoi il s'agit, de donner la dimension de l'événement.

Ensuite, vous pouvez commenter de la façon suivante : « Comment ? » et « Pourquoi ? ».

Enfin, après avoir relaté les faits et expliqué comment et pourquoi ils se sont produits, si cela est nécessaire, vous pouvez vous permettre d'analyser, de re-situer l'événement dans un contexte ou une stratégie plus globale, plus générale, mais en évitant le plus possible les abstractions pour, au contraire, multiplier les cas concrets.

## FAIRE DES PHRASES COURTES

La coupe classique d'une phrase française « sujet – verbe – complément » est un modèle idéal. Mais si vos phrases se succèdent sur ce modèle, ce ne sera pas joyeux. Il nous faut tout à la fois être inventifs, rigolos, accrocheurs, dramatiques, en ne perdant cependant jamais de vue les salarié-e-s à qui nous voulons nous adresser. Alors n'hésitez pas à varier : des phrases courtes, des phrases heurtées, des questions... Ainsi, la monotonie est rompue. Mais souvenez-vous quand même que la simplicité est souvent synonyme de phrases courtes.

## À ÉVITER

- Le tract « ron-ron » : Édité non pas en fonction de l'actualité mais pour maintenir l'environnement. Répétant toujours les mêmes généralités, il n'apprend rien.
- Le tract « hache de guerre » : Traite des problèmes en termes guerriers. Utilisé systématiquement, il perd son effet mobilisateur et devient à son tour « ron-ron ».
- Le tract « déclaration des droits de l'Homme » : Austère, solennel, toujours sérieux, sans un mot de trop, il se réfère constamment aux grands principes humanitaires.
- Le tract « fourre-tout » : Se termine chaque fois par l'ensemble de la plateforme revendicative du syndicat, non sans avoir mentionné tous les problèmes de l'entreprise. Au départ, cela devait être un tract sur les changements d'horaires des services de la cantine. On en a fait un rapport de congrès !
- Le tract « larme à l'œil » : Donne à chaque fois envie de pleurer. On y sent une classe ouvrière qui s'effondre sous les coups et qui ne combat plus.
- Le tract « mystère de l'ouest » : Texte secret. Parle par allusion. Ne dit rien mais à l'air de tout révéler. Laisse croire. Les collègues le terminent en se grattant la tête : « Mais c'est quoi cette histoire ? ».
- Le tract « médaille d'or » : On s'y décerne à longueur de paragraphes des brevets de satisfaction : « *C'est nous les plus forts, il n'y a que nous de valables, les autres sont des rigolos, ils n'ont jamais rien compris !* ».

## LA MISE EN PAGES

Une bonne mise en pages aide le lecteur. Par ailleurs, elle met en valeur ce que l'on considère comme le plus important. Une bonne mise en pages, c'est un peu les intonations de voix, les mimiques et les gestes de quelqu'un qui parle. Il faut par conséquent lui apporter beaucoup de soin.

### Quelques règles simples :

- Quand vous faites du maquillage, ne faites que ce que vous êtes sûr de maîtriser ! Plus ça ira, plus vous pourrez oser des choses compliquées !
- Essayez de vous mettre du côté de celui ou celle qui va lire et/ou qui ne nous connaît pas ! En effet, il ne s'agit pas de se faire plaisir et/ou de faire pour nous...
- Essayez d'équilibrer ! Pas la peine de mettre une image en grand avec un texte tout petit...
- Privilégiez une info et une seule ! Si cette info est captée, le reste suivra...
- Évitez d'utiliser 200 000 polices différentes. Deux ou trois maxi ! Pour les titres, vous pouvez prendre des polices originales. Par contre, pour les textes, soyez sobre ! Tout ce qui est info (texte et sous titres) ne doit pas fatiguer la vue et la lecture doit être fluide. Évitez aussi les gros blocs noirs avec texte en blanc. C'est beau mais très fatigant à lire !
- Dernière chose : aérez ! C'est important ! Laissez des blancs pour ne pas fatiguer la lecture ! Laissez des marges et des couloirs pour que l'œil circule !

A propos de la typographie et des conventions de ponctuation, [voir ce document](#).

## LE TITRE

Le tract n'est pas bon si l'on n'a pas trouvé le bon titre. Il fouettera la curiosité ou pas. Il donnera envie de garder le tract ou pas. Le titre, c'est ce qui se lit en premier. Pour s'en convaincre, il n'y a qu'à voir les efforts que déploie la presse écrite pour capter le lecteur au moyen de titres ingénieux..

Nota bene : Si les titres sont en majuscules et qu'ils comportent des mots comportant normalement des accents, accentuez-les ! En effet, la non accentuation complique et ralentit la lecture (pensez aux gens qui ne sont pas de bons lecteurs !). A ce propos, dans tout logiciel de traitement de texte, il y a une fonction qui permet de faire apparaître les accents sur les mots tapés en majuscules.

## LES INTERTITRES ET LES PARAGRAPHES

Des intertitres pour aérer le texte, des paragraphes bien espacés, des espaces blancs, des mots soulignés... autant d'indications précises que le rédacteur doit donner et non pas laisser à l'appréciation de celui ou de celle qui va taper le tract.

## LA SIGNATURE

Mettez le nom et le logo de votre syndicat ainsi que ceux de votre section. A part celui de la confédération, évitez les sigles utilisés en interne pour identifier votre fédé, votre syndicat ou votre section par rapport aux autres. A la fin du tract, dans un cadre mis en évidence, indiquez l'adresse de votre site web (pas la peine de taper le « http:// » de l'adresse ; la mention « www. » est suffisante). Indiquez une adresse e-mail (à condition d'être sur que la boîte aux lettres électronique est relevée régulièrement et que le camarade chargé de son administration va vous transmettre rapidement les messages reçus vous concernant). Indiquez également les horaires de permanence du syndicat (à condition d'être sûr que ces horaires sont respectés par les camarades qui s'en occupent). Enfin, un numéro de téléphone peut être utile.

## EXERCICES

### TRAVAIL INDIVIDUEL

Faire rédiger individuellement quelque chose de simple. A partir d'un fait que vous aurez soin de situer dans l'entreprise ou dans un atelier, demander une rédaction personnelle d'un tract de 20 lignes par exemple, présentant l'événement avec les précisions utiles pour sa compréhension, donnant une appréciation sur cet événement et des solutions ou propositions d'action. Ce premier travail sera corrigé collectivement, à savoir : chacun lira son texte et le groupe y apportera les critiques (manque d'informations, pas assez de précisions, trop distant, pas assez de dénonciations, etc.).

### TRAVAUX DE GROUPE

Par groupe de 3 ou 4 du même atelier ou secteur si possible, rédiger un tract toujours à partir de l'entreprise ou d'un atelier que vous aurez soin de bien préciser. Le groupe devra s'efforcer de rédiger le texte du tract en choisissant le style avec lequel il souhaite s'exprimer. Il trouvera le titre, indiquera les sous-titres et donnera des indications sur la mise en pages.

Sur des textes distribués à tou-te-s, après un temps laissé pour l'étude, s'exercer à trouver collectivement les titres les plus appropriés et répondant aux critères d'accroche, d'originalité...

A la fin de ces travaux, toujours se laisser du temps pour un travail critique : réflexion en petits groupes de 3 ou 4, puis chaque groupe fait part de ses critiques au collectif et, ensuite, le collectif échange et débat.

**Source :** texte anonyme diffusé lors d'une formation inter-syndicale organisée à Lille dans les années 1990.