

ÉCRIRE POUR VIVRE

Les grandes nouveautés de la 2^e édition

par Jean-Benoît Nadeau

Bien de l'eau a coulé sous les ponts depuis la première édition d'*Écrire pour vivre* en 2007, que j'avais écrite alors que les réseaux sociaux n'existaient pas encore. Les modifications et les mises à jour sont donc très nombreuses, mais plusieurs ressortent néanmoins, dont notamment trois nouveaux chapitres.

Sur la forme, la principale innovation est l'usage d'une écriture inclusive qui suit certains principes simples comme l'alternance des genres pour les titres et fonctions génériques, la règle d'accord de proximité et de majorité. Le tout permet une lecture plus ouverte sans alourdir le texte.

Sur le fond, j'ai introduit un nouveau chapitre 2 qui explique comment « trouver sa gang ». Car la réalité est que quiconque débute pour faire le métier d'écrivain n'a pas les idées très claires et la plupart des débutants entrent dans le métier en se trouvant d'abord une tribu ou un club-école. C'est dans ce chapitre que je parle des principaux canaux où l'on peut entrer, notamment les publications spécialisées.

Dans la section sur les idées, j'ai introduit un nouveau chapitre (le 7) qui porte sur l'offre de service, c'est-à-dire la manière d'offrir ses services pour un nouveau genre d'idée qui n'existe pas ou pour un projet hors cadre. Autre nouveauté : C'est dans ce chapitre que j'aborde de front la problématique de la déontologie et du conflit d'intérêts.

Dans le chapitre sur le droit d'auteur, j'ai introduit une discussion sur le problème du plagiat : quoi faire si on est plagié et comment éviter d'être plagiaire.

J'ai créé une nouvelle section appelée « argent », j'ai écrit un nouveau chapitre sur la question généralement du financement de son travail, avec une discussion sur les bourses, mais aussi les taxes de vente. Les chapitres sur la négociation sont les mêmes sauf que j'ai séparé en deux chapitres distincts la négociation sur l'argent et la négociation sur le reste (les attentes, les conditions d'exécution, la propriété, les frais et les modalités). Dans le chapitre sur le contrat et celui sur la communication, j'ai introduit une discussion sur la médiation.

Dans la section « produire », il y a assez peu de changement, mais j'ai beaucoup resserré et actualisé le chapitre sur la recherche.

Pour la dernière section sur « la publicité », j'ai fait un très gros ménage, en séparant très très clairement le chapitre sur les gestes à faire pour se faire bien voir de nos clients du chapitre suivant où l'on travaille plus activement à se faire un nom. Le dernier chapitre porte sur la publicité proprement dite, et plus exactement la campagne pour vendre un produit ou un événement spécifique (livre ou conférence, par exemple).

Autre petite nouveauté sympa à la fin : il y a quelques pages de « maximes à découper » pour votre « frigo déco ». Incidemment, cet aide-mémoire résume parfaitement le livre.