

KIT CRÉER SON JOURNAL PAPIER

DANS VOTRE BAHUT, VOTRE QUARTIER
VOTRE VILLE, À LA FAC'

PRENEZ LA PAROLE AVANT QU'ON VOUS LA DONNE



FAITES UN JOURNAL !



Plus d'infos sur internet
www.jetsdencre.asso.fr

Avec le soutien de :



KIT CRÉER SON JOURNAL PAPIER

Le but de ce kit est de vous aider à créer le journal qui vous ressemble. Sans prétention d'exhaustivité, les cinq fiches suivantes constituent une introduction aux différentes étapes de la réalisation d'un journal : de l'écriture à la maquette, de vos droits et responsabilités au financement du projet. Inspirez vous librement de ces fiches pour créer un journal qui vous correspond. Sachez donc distinguer ce que vous voulez faire de ce que nous vous proposons, même s'il existe des règles qu'il est toujours bon de connaître.

Jets d'encre propose également des formations aux journaux qui le souhaitent. Par ailleurs, si des questions que vous vous posez ne trouvent pas réponse dans ce kit (elles sont sans doute nombreuses), n'hésitez pas à nous contacter !

Les fiches présentent les grandes lignes du contenu des brochures thématiques éditées par l'association, que vous pouvez commander pour approfondir telle ou telle question au gré de vos besoins.

LA CHARTE DES JOURNALISTES JEUNES



Il faut être fier de pouvoir profiter de sa liberté d'expression et d'opinion. La Charte des journalistes jeunes est le code de déontologie de la presse jeune que l'association propose de suivre et dans lequel se reconnaissent ses adhérents.

Les journalistes jeunes :

1. Ont le droit à la liberté d'expression garantie par la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme et la Convention Internationale sur les Droits de l'Enfant.
2. Revendiquent le droit d'opinion et contribuent à garantir le droit de tous à l'information.
3. Prennent la responsabilité de tous leurs écrits ou autres formes d'expression, signés ou non.
4. Sont ouverts à toute discussion sur leurs publications et s'engagent par souci de vérité à rectifier toute information erronée.
5. Tiennent la calomnie et le mensonge pour une faute, sans pour autant renoncer à des modes d'expression satiriques ou humoristiques.
6. Tiennent la censure et toute forme de pression morale ou matérielle pour des atteintes inacceptables à la liberté d'expression, notamment dans les établissements scolaires, socioculturels et toutes autres structures d'accueil des jeunes.

Commandez nos guides sur www.jetsdencre.asso.fr

Directrice de publication :

Marine BOIN,
Présidente de l'association Jets d'encre

Editrice :

Association Jets d'encre
39, rue des cascades - 75020 PARIS

Imprimerie spéciale

Dépôt légal :

Janvier 2018 - 3^{ème} édition
(1^{ère} édition : décembre 2013)

Illustrations :

Florian 'Défé' Delobelle

Kit gratuit

Nous contacter :

contact@jetsdencre.asso.fr | 01.46.07.26.76

| jetsdencre.asso.fr | obs.presse-lycenne.org |
| festival-expresso.org | concours-kaleidoscoop.fr |



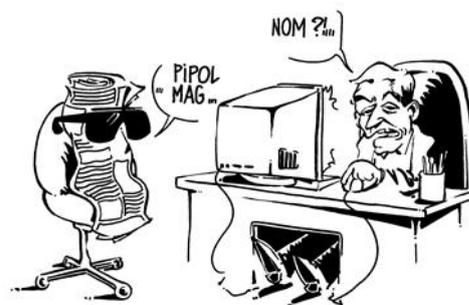
Avec la rage et le plaisir de s'exprimer, les jeunes prennent la parole dans les lieux de vie qui sont les leurs. Spontanée ou plus réfléchie, cette presse originale reste confrontée à de nombreuses difficultés. C'est pour cela que Jets d'encre consacre son activité à la défense et à la reconnaissance des journaux réalisés par les jeunes de 11 à 25 ans.

Association indépendante de rédactions jeunes, Jets d'encre apporte conseils et aide à ceux qui le souhaitent, favorise les échanges entre journaux via les événements et rencontres qu'elle met en place et mène une réflexion déontologique avec son réseau autour de la *Charte des journalistes jeunes* et de la Carte de presse jeune qu'elle édite.

Observatoire des pratiques de
presse lycéenne

www.obs-presse-lycenne.org

L'IDENTITE DU JOURNAL



Définir la formule d'un journal consiste à faire des choix essentiels pour le succès et la visibilité du titre, avant le lancement du premier numéro. Toute la rédaction doit être associée à ce questionnement, qui tracera les grandes lignes de l'identité du journal et lui donnera sa personnalité, son originalité, en l'inscrivant dans son contexte. Il s'agit aussi de monter un projet viable, qui permette au journal de durer dans le temps. Si vous n'avez pas mené ce travail au préalable, cela ne vous a pas empêché de réaliser votre journal avec talent. Profitez de cette fiche pour réinterroger et renforcer votre publication.

1. ANALYSER LE CONTEXTE

> Dans quel cadre est-il publié ?

Groupe indépendant de jeunes, fac, service municipal jeunesse, association, collège, lycée public, privé ou agricole... C'est une question importante car chaque cadre de publication comprend ses avantages et inconvénients, notamment au regard de la liberté éditoriale, des moyens pour réaliser le journal, ou encore du statut juridique de la publication. (voir la fiche n°4)

> Qui est à l'initiative ?

La démarche, l'idée de créer un journal vient-elle d'un groupe de jeunes qui a envie de s'exprimer ? D'une mairie ou d'une association qui souhaite se doter d'une publication jeune ? D'un professeur qui veut animer un club journal ? Là encore, cette question aura un impact sur le journal : il semblerait difficile par exemple pour un journal édité par une mairie de laisser paraître des articles critiquant la politique jeunesse qu'elle pratique.

> À qui se destine le journal ?

Une fois le cadre du journal défini, il est important de réfléchir au public auprès duquel il sera diffusé. Par exemple, la ligne d'un journal édité dans un lycée sera différente s'il ne s'adresse qu'aux lycéens, ou aux élèves, aux professeurs et aux personnels. Vous pouvez choisir une « cible » large (« grand public ») ou plus restreinte (membres d'une association). Cela s'en ressentira notamment sur le nombre d'exemplaires du journal (le tirage) et sur le ton employé.

2. LE PROJET ÉDITORIAL

> Quels objectifs ?

Un journal d'informations locales, un journal qui vous permette de crier votre révolte, de faire bouger le bahut... Quelles que soient vos motivations, signalez vos objectifs aux lecteurs. Si la rédaction a à cœur certaines problématiques, ou si le journal est lié à une structure s'occupant d'un champ défini (association de lutte contre la pauvreté par exemple), il peut être amené à remplir des missions spécifiques.

> Quel style ?

Journal d'information, satirique, billets d'humeur, style direct ou très littéraire feront le ton et l'originalité de votre journal, bref, sa personnalité. Vos lecteurs se reconnaîtront dans un style particulier. La diversité n'est bien sûr pas impossible, mais chercher un style propre permet simplement d'éviter de ne pas en avoir !

> Quel titre ?

Le titre du journal est sans doute le meilleur vecteur pour le singulariser. Les deux clés du succès : l'originalité et la capacité du titre à « accrocher » le

lecteur. C'est aussi le « totem » de la rédaction. Pensez à mettre en rapport le titre avec l'identité visuelle du journal pour en renforcer l'efficacité. Et pourquoi ne pas en expliquer le choix dans le premier éditorial ?

> Quelle personnalité ?

Au-delà du titre, quelques éléments de l'identité visuelle du journal constitueront votre « signature » : un logo, un choix de couleurs et de polices... Le but est de trouver ce qui rend votre journal identifiable parmi d'autres. Une fois ces choix effectués, rassemblez-les dans une charte graphique (voir la fiche n°6).

Plus d'infos sur internet
www.jetsdencore-asso.fr

S'il n'y a pas de choix meilleur qu'un autre, il faut toutefois s'assurer qu'ils soient conscients et assumés et qu'ils reflètent l'identité que vous voulez donner à votre journal.

3. LES CHOIX TECHNIQUES

> La périodicité

C'est le délai de parution entre deux numéros : hebdomadaire (une semaine), mensuel (un mois), trimestriel (trois mois). Mesurez vos capacités et ne voyez pas trop grand : faire un journal prend du temps.

> La pagination

Il s'agit du nombre de pages du

journal. Là encore, privilégiez la qualité et la régularité sur la quantité exceptionnelle d'un numéro 1. Un détail important : le nombre de pages doit toujours être pair, ou vous vous retrouverez avec une page blanche à l'impression !

> Le tirage

C'est le nombre d'exemplaires

par numéro. Pour éviter le gaspillage, évaluez bien le nombre potentiel de lecteurs et le mode de diffusion du journal : points de distribution fixes ou « à la criée » ? le journal est-il vendu ou distribué gratuitement ?

> Le format

Le format le plus utilisé est le A4 (21x29.7 cm), obtenu directement en utilisant le papier adéquat ou en pliant en deux

un format A3 (double A4), ce qui rend la manipulation moins pénible pour le lecteur grâce à un agrafage « à cheval » sur la tranche du journal, préférable à un agrafage sur le côté. Vous pouvez également utiliser les formats A3 ou A5 (demi A4) et jouer sur l'orientation du papier (portrait ou paysage) selon vos envies.

ÉCRIRE POUR ÊTRE LU

« Écrire pour le journal » : cela sous-entend qu'il s'agit d'un exercice particulier, qui n'a rien à voir avec une rédaction scolaire. Cette fiche vous propose d'acquérir un minimum de savoir-faire pour ne pas être qu'un moulin à paroles ou à images.



Plus d'infos sur internet
www.jetsdence.asso.fr

1. LE BROUILLON

> Définir le message essentiel

Une fois le sujet déterminé, commencez par répondre aux six questions de base : « Qui ? Quoi ? Quand ? Où ? Comment ? Pourquoi ? » (règle des 3QOCP). Votre article devra y répondre, sans quoi le lecteur n'aurait pas toutes les informations lui permettant de comprendre tous les enjeux de ce

que vous relatez.

> Déterminer un angle

C'est-à-dire une façon de présenter le sujet que vous traitez. Et il faut s'y tenir pour ne pas égarer le lecteur ! Par exemple : si vous parlez d'une manifestation et que vous en faites un simple compte rendu, votre article risque de manquer de dynamisme. L'angle peut être le défilé vu par un manifestant, ou encore en quoi la manifestation est importante, ou pour-

quoi vous n'avez pas voulu y aller etc.

> Choisir un genre

Il existe différentes formes d'articles, chacune avec ses particularités : la brève, le filet, le billet, l'éditorial, le reportage, l'enquête, l'analyse, la synthèse, la critique, le compte-rendu, le dossier... Choisissez le genre qui vous semble le plus approprié au sujet ou à votre humeur. Et n'hésitez pas à varier le menu !

2. LE PLAN DE L'ARTICLE

> Oublier la dissertation

C'est dans les premières phrases qu'il faut persuader le lecteur que votre article mérite d'être lu : l'information essentielle doit donc figurer en tête du papier – c'est-à-dire l'inverse du plan traditionnel « thèse-antithèse-synthèse ».

> L'attaque et la chute

... le premier et le dernier paragraphe de l'article. Les ressorts de l'attaque et de la chute sont

les mêmes : nerveuses, rythmées, avec des phrases courtes, imagées, originales, percutantes, pour que le lecteur retienne le message.

> Les enchaînements

Chaque partie est un tout : évitez de revenir sur un point déjà exposé pour ne pas désorienter le lecteur. Soignez vos transitions pour un article fluide et agréable à lire, qui ne donne pas envie au lecteur de tourner la page !

3. LA RÉDACTION

> Écrire simplement

Clarté, simplicité, concision. Un article n'est pas un roman ! Des phrases courtes et des paragraphes ramassés sont plus agréables pour le lecteur, qui ne se sentira pas égaré au milieu d'un texte interminable. Vous pouvez vous inspirer de la règle : une idée = une phrase.

> Écrire efficacement

Attention à ne pas vous perdre dans des détails : n'utilisez des anecdotes que si elles éclairent votre propos, ou si elles dynamisent l'article. Faites la chasse aux redondances, aux formules toutes faites. Prenez garde au jargon ou bien expliquez le dans un encadré. En cas de doute, vérifiez les mots dont vous n'êtes pas bien sûr.

4. L'HABILLAGE

L'habillage est la somme de tous les éléments qui vont inciter votre lecteur à se plonger dans la lecture d'un article. Ils représentent autant d'accroches et d'incitations aussi bien dans le texte qu'autour.

> **Le surtitre** : placé au-dessus du titre, il précise le thème du sujet traité dans l'article. Le surtitre n'est pas indispensable si le titre est long ou très clair et le paragraphe court !

> **Le titre** : informatif, il présente la nouvelle la plus importante traitée dans l'article de manière « brute » ; incitatif, il intrigue le lecteur pour lui donner envie de lire l'article.

> **Le chapô** : un résumé de l'article ou une introduction placée juste avant celui-ci, qui en donne le cadre, suscite l'envie d'en savoir plus.

> **L'intertitre** : quelques mots choisis qui reprennent des idées phares de l'article, et permettent d'en rompre la monotonie en s'insérant entre deux paragraphes.

> **L'encadré** : séparé de l'article principal par une bordure, il met en valeur ou permet d'expliquer un point précis du sujet traité.

> **Les illustrations** : dessin de presse ou photo, elles doivent toujours être sourcées (vous devez en indiquer l'origine : nom de l'auteur, référence du livre dont elle provient, adresse Internet, etc.), légendées, et appuyer l'argumentaire de l'article.

> **La signature** : pseudo ou nom complet, elle est le signe que vous assumez vos écrits.

On écrit pour se faire plaisir, mais aussi pour être lu. Perdre ce point de vue, c'est courir le risque que l'article rate sa cible et donc, que votre message ne passe pas aussi bien que prévu.

TRAVAILLER EN ÉQUIPE



Travailler avec une équipe pour réaliser un journal est un challenge. Il faut réussir à transformer une somme de personnalités en un collectif solidaire et une équipe qui fonctionne. Vous trouverez dans cette fiche les bases pour organiser et animer une rédaction, largement inspirées de recettes qui ont déjà fait leurs preuves dans des journaux jeunes, et qui sont autant de pistes pour créer ou faire évoluer votre équipe !

1. CONSTITUER ET RÉUNIR UNE ÉQUIPE

> Recruter

La constitution de l'équipe est la première étape dans la définition de l'esprit et de la ligne éditoriale du journal : qui fera partie de l'équipe ? Limitez-vous un nombre maximum de contributeurs ? Une fois ces questions résolues, il vous reste à organiser une campagne de communication autour de ce recrutement et d'accueillir vos nouvelles recrues.

> Organiser l'équipe

Organiser une rédaction, c'est être à l'écoute de ses membres pour valoriser les talents de chacun. Clarifiez d'abord la question « qui s'occupe de quoi ? » pour savoir qui solliciter au fil de la réalisation du numéro et se partager les responsabilités. Seul un directeur de publication est légalement obligatoire, mais mieux vaut nommer plusieurs

référents pour impliquer toute l'équipe.

- *Le directeur de publication* : il s'agit d'identifier celui qui est responsable juridiquement du contenu du journal devant la loi, il doit obligatoirement avoir plus de 16 ans, sauf dans les journaux lycéens où un lycéen de moins de 16 ans, avec autorisation parentale, peut exercer cette responsabilité. Il doit relire chaque numéro avant parution très attentivement.

- *Le rédacteur en chef* : animateur de l'équipe, garant de la

ligne éditorial, il est le premier référent du journal sur le fond et la forme. Il doit stimuler et mobiliser le groupe en favorisant sa cohésion interne. Au quotidien, il doit faire preuve d'organisation et d'investissement personnel, car il s'assure que les délais fixés sont tenus.

- *Le secrétaire de rédaction* : son rôle est la collecte des articles et leur relecture afin de vérifier l'orthographe, la grammaire et la syntaxe de ceux-ci. C'est un rôle primordial pour la forme du journal.

2. TRAVAILLER ENSEMBLE

> La gestion d'équipe

Une équipe a besoin d'une cohésion renforcée, car son efficacité dépend en partie de l'envie de ses membres à se mobiliser collectivement. Pour cela, il faut savoir être à l'écoute, organiser des temps collectifs d'échanges et prévenir (ou régler) les conflits.

> La conférence de rédaction

C'est le moment au cours duquel se retrouvent les membres de la rédaction et l'occasion de débriefer sur le dernier numéro paru et de décider du contenu et des

modalités d'organisation du prochain. Faites de votre conférence de rédaction un moment agréable mais studieux, pour que les réunions soient conviviales et efficaces.

> Gérer la publication

- *Le planning de bouclage* : il liste les différentes étapes de construction d'un numéro et les dates butoirs à respecter.

- *Le chemin de fer* : c'est le plan du journal qui récapitule page par page qui a la charge de l'écriture de chaque article. Il explicite également le calibrage (longueur du texte) et l'espace

accordé aux illustrations. Il permet à tout moment de faire le point sur les pages terminées et en cours.

> **Les outils en ligne pour travailler ensemble** : forums de discussions, mailing-lists, visioconférences, documents partagés ou encore des pages privées sur les réseaux sociaux permettent de disposer d'un espace d'échange continu et instantané. Une rédaction qui échange régulièrement et donne des nouvelles du travail de chacun contribue à la survie du journal.

Plus d'infos sur le net
www.jetsdencore.asso.fr

Travailler en équipe c'est l'assurance d'un journal dynamique qui saura durer.

3. RENOUVELER SON ÉQUIPE

> Assurer la relève

La fin de l'année s'accompagne souvent d'un renouvellement total ou partiel de la rédaction. C'est un moment normal dans la vie d'un journal, qu'il faut

cependant bien préparer pour assurer une transition efficace. Vous pouvez préparer ce nouveau recrutement dès la fin de l'année pour être prêt à la rentrée. Pensez également au moyen de remplacer les postes

à responsabilités ! Quelle que soit la méthode employée, faites la valider par l'ensemble de la rédaction afin d'éviter tout conflit.

> Former et transmettre

Afin de faciliter la transition plusieurs techniques et outils de formation peuvent être mis en place : formation continue

pendant l'année, réalisation de fiches pratiques avec les connaissances de base (pour un rédacteur en chef, un directeur de publication ou un maquettiste par exemple). Enfin, constituez des archives pour laisser une trace de votre gestion, afin que le travail des suivants soit facilité !

DROITS ET DÉONTOLOGIE



1. VOS DROITS

La liberté d'expression est un droit fondamental reconnu par plusieurs conventions internationales. En France, le cadre général des publications est la loi sur la liberté de la presse du 29 juillet 1881, qui s'applique aussi aux journaux réalisés par

les jeunes.

Les journaux lycéens diffusés à l'intérieur des lycées publics bénéficient d'un texte dérogatoire : la circulaire Education nationale n°02-026 du 1er février 2002 précise que les lycéens, même mineurs, ont le droit de créer un journal et d'en assumer la responsabilité de

publication (avec autorisation parentale) sans autorisation ni contrôle préalable de la part du proviseur. L'Observatoire des pratiques de presse lycéenne propose un commentaire complet et pratique de ce texte ainsi que des mémos thématiques sur son site (www.obs-presse-lyceenne.org).

Observatoire des pratiques de
presse lycéenne

www.obs-presse-lyceenne.org

Sachez qu'en cas de problèmes, quelle que soit leur nature, l'association Jets d'encre est là pour vous apporter des conseils sur la réaction à adopter.

2. LES LIMITES

La liberté d'expression n'est pas un droit absolu : on peut parler de tout mais on ne peut pas le faire n'importe comment. Elle est donc limitée par deux grands principes : la protection des personnes, et la sauvegarde de l'ordre public.

> Les principaux délits de presse

- *la diffamation* : « toute allégation ou imputation d'un fait qui porte atteinte à l'honneur ou à la considération d'un personne ou d'un corps » (art. 29 loi 1881).

- *l'injure* : « toute expression outrageante, termes de mépris ou invective qui ne renferme l'imputation d'aucun fait ».

- *les atteintes au droit à l'image et au respect de la vie privée* : par exemple, l'utilisation sans autorisation d'une photo ou d'un enregistrement d'une personne dans un cadre privé.

- *les troubles à l'ordre public* : incitation aux crimes et délits, à l'usage de stupéfiants, à la violence, à la discrimination religieuse, raciale ou sexuelle...

- *le délit de fausses nouvelles* : c'est-à-dire « la publication, la

diffusion ou la reproduction de nouvelles fausses, de pièces fabriquées, falsifiées ou mensongèrement attribuées à des tiers » (art. 27 loi 1881)

> Le droit de réponse

Toute personne désignée dans un journal (nommément ou que l'on peut reconnaître) a le droit de bénéficier d'un droit de réponse. Adressé au directeur de publication, il doit paraître dans le numéro suivant, à la même place, dans les mêmes caractères et de la même longueur que l'article mis en cause.

3. LES OBLIGATIONS

> Un directeur de publication

Toute rédaction doit désigner un directeur de publication. Il est juridiquement, tant sur le plan pénal que civil, le premier responsable de son contenu : en cas d'infraction à la loi de 1881 sur la liberté de la presse, il sera poursuivi comme « auteur principal ». C'est donc un personnage essentiel. Depuis janvier 2017, il peut avoir plus de 16 ans révolus (art. 6 loi 1881). Le directeur de publication bénéficie d'un droit de regard intégral sur le contenu. Il est donc particulièrement important qu'il soit bien choisi par la rédaction et

de préférence parmi ses membres, à la fois garant de l'indépendance du journal et gage de responsabilité : vous créez votre journal, écrivez, publiez, et assumez vos écrits jusqu'au bout.

> Une responsabilité de l'auteur à ne pas négliger

En cas de délit de presse, l'auteur du contenu peut être poursuivi en sa qualité de complice du directeur de publication. Si l'auteur est mineur, ses responsables légaux assument les conséquences financières éventuelles de ses actions, mais la responsabilité légale formelle lui revient.

> Les mentions obligatoires

Le terme désigne un ensemble

d'informations qui doivent obligatoirement figurer dans le journal : le nom du responsable de publication, celui de l'imprimeur (si votre journal est photocopié, vous indiquerez alors « imprimerie spéciale »), la date de parution, le prix de vente s'il y a lieu et la mention « Dépôt légal », suivie du mois et de l'année du dépôt (pour les journaux non soumis à la circulaire de l'Education Nationale). En général, elles sont présentées dans « l'ours », placé en début ou en fin de publication.

> Le droit d'auteur et droit à l'image

Il est obligatoire d'avoir l'autorisation de l'auteur pour la reproduction d'une oeuvre comme

les images non libre de droit ainsi que d'y associer le nom de l'auteur. Il est alors d'usage d'indiquer des mentions ou « crédits » sous chaque image.

> Les dépôts obligatoires

Un dépôt légal auprès de la Bibliothèque Nationale de France est nécessaire. Ce dépôt a l'avantage à la fois d'archiver votre journal et d'en dater légalement la parution.

Les journaux lycéens inscrits dans le cadre de la circulaire n° 02-026 sont affranchis de ces démarches. Ils doivent cependant souscrire au « dépôt pédagogique » mis en œuvre par le Clemi / Ministère de l'Education nationale (www.cleml.org).

FINANCER SON JOURNAL



Garantir son indépendance, rencontrer son lectorat, intéresser des partenaires... La recherche de financement nécessite de procéder avec méthode. Cette recherche, coûteuse en temps et en énergie, ne doit pas être une fin en soi. Il ne vous sert à rien de dépenser tout votre temps à financer l'édition de votre journal sur papier glacé couleur si son contenu ne suit pas : les moyens que vous cherchez pour le journal doivent vous aider à l'améliorer et à l'inscrire dans la durée. Ne vous détournez pas de votre objectif : faire un journal !

1. QUE CHERCHER ?

> Lister vos besoins

Avant toute chose, vous devez lister vos besoins avec précision, en les classant par poste :

- **Besoins de structure** : équipement informatique, matériel de bureau, documentation, fonctionnement...

- **Besoins liés au contenu du journal** : matériel de reportage, frais de déplacement, fournitures...

- **Besoins liés à la réalisation technique** : impression, publicité, diffusion...

- **Besoins humains** : photographe, dessinateur, nombre de rédacteurs....

> Définir des priorités

Ce travail réalisé, déterminez ce qui correspond à vos besoins vitaux (ceux auxquels vous devez répondre en premier et dont dépendent le lancement du journal) et à ceux que vous pouvez différer.

Ne cherchez pas à tout obtenir d'un seul coup : l'autonomie et la stabilité financière d'un journal se construisent avec le temps. Veillez aussi à rester indépendant en évitant qu'un financeur exige un droit de regard sur le contenu du journal.

2. OÙ DÉMARCHER ?

Faites ensuite correspondre à chacun de vos besoins les personnes et / ou organismes à solliciter susceptibles de vous aider. Démarcher des partenaires vous demandera le plus souvent bagout et débrouillardise.

> **Les partenaires institutionnels.** Commencez par les structures les plus proches de vous : Maison des lycéens, Fonds de Vie lycéenne, administration de votre collège ou lycée, mairie, CIDJ, Conseil général, Conseil régional, Collectivités locales, la Directions départementales de la jeunesse, des sports et de la cohésion sociale (DDJSCS) et son équivalent en région (DRJSCS), les Directions régionales des affaires culturelles (DRAC), les Fonds de Soli-

darité et de Développement des Initiatives Étudiantes et le dispositif « Culture-ActionS » du CROUS.

> **Les annonceurs publicitaires**, comme les établissements proches de votre zone de diffusion : café, librairie, disquaire, agence bancaire, mutuelle étudiante... Certains seront peut-être disposés à vous acheter des espaces publicitaires. Attention, dans les établissements scolaires, la publicité est fortement réglementée : consultez le mémo de l'Observatoire des pratiques de presse lycéenne sur la question (www.obs-presse-lyceenne.org).

> **Certains organismes de proximité** pourront aussi vous aider en mettant à votre disposition des moyens : salles de réunions, prêt de matériel informatique, photocopies... Ce sont par exemple les maisons

des associations, les fédérations d'éducation populaire (Ligue de l'Enseignement, Centres sociaux, MJC...), ou bien les associations de quartier.

> Les modes de financement participatif

(KissKissBankBank, Ulule, My Major Company, Projaide, HelloAsso etc.). Ces plateformes vous permettent de promouvoir votre projet auprès du grand public et de faire des appels aux dons.

> Pensez aussi aux concours !

Plusieurs événements consacrés aux journaux jeunes ont lieu chaque année, organisés par Jets d'encre (concours national de la presse jeune Kaléidoscoop), le CLEMI (Mediatiks), Animafac... Faites régulièrement des recherches sur Internet. Ils peuvent être un

moyen de gagner de l'argent ou du matériel, en plus de faire connaître et reconnaître votre journal (ce qui peut être avancé comme un gage de qualité pour de nouveaux partenaires à démarcher).

> **Si votre journal est organisé en association ou en Junior Association**, vous pouvez décider dans les statuts d'une cotisation annuelle versée par les membres. Les adhérents seront d'autant plus motivés car ils ont aidé au financement du projet. Attention toutefois à ne pas fixer un tarif qui empêcherait certaines personnes de vous rejoindre.

> **La vente du journal** peut enfin être une possibilité. En effet, c'est un moyen d'autofinancement, vous permettant d'être partiellement indépendant de vos financeurs.

3. COMMENT CHERCHER ?

Montez tout d'abord un dossier de demande de subvention.

Ce dossier doit décrire brièvement (pas plus de 8 pages) qui porte le projet, l'esprit du journal, ses objectifs (combien de numéros par an, nombre d'exemplaires diffusés, nombre de pages, etc.), ses partenaires et soutiens etc. ainsi qu'un budget prévisionnel des dépenses et des recettes qui doivent être équilibrées (dépenses = recettes).

UN EXEMPLE DE BUDGET

PRODUITS	
FONDS PROPRES	285
Cotisations	285
SUBVENTION	1 000
FSDIE	800
Commune	200
MISE A DISPOSITION	600
Faculté	300
Mairie	300
TOTAL DES PRODUITS	1 885

CHARGES	
FONCTIONNEMENT	785
Fourniture de bureau	400
Festival Espresso	350
Adhésion à Jets d'encre	35
REPORTAGE	150
Équipement	150
REALISATION	450
Impression	400
Communication	50
AIDE EN NATURE	500
Prêt de salle	500
TOTAL DES CHARGES	1 885

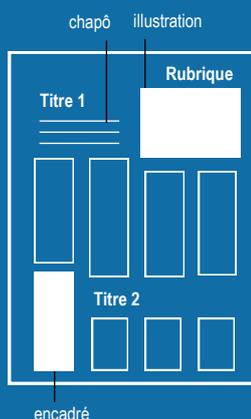
COMPOSER UNE MAQUETTE EFFICACE



La maquette est un peu le costume du journal : elle habille les textes et les visuels. C'est aussi ce qu'on en voit en premier. Elle a donc deux fonctions : l'une est esthétique, votre journal est beau, on a envie de le lire ; l'autre est pratique, elle guide le lecteur et rend la lecture agréable. La maquette doit aussi refléter l'identité du journal. Voici quelques conseils pour créer (ou réinventer) la maquette de votre journal.

1. DÉFINIR

GABARIT 4 COLONNES



> Le nombre de colonnes

Mieux vaut éviter de mettre en pages vos textes sur une seule colonne : un grand bloc de texte fatigue l'œil plus vite. Le nombre de colonnes se définit d'abord en fonction du format du journal : plus votre page est grande, plus vous pouvez en utiliser. Pour distinguer les articles entre eux, espacez les suffisamment les uns des autres ou séparez-les par une bordure.

> Les gabarits

Les gabarits sont les « modèles » des pages que le lecteur retrouvera régulièrement au fil des numéros. Ainsi les pages des dossiers, courriers, informations, culture... pourront claire-

ment être identifiées d'un seul coup d'œil. Et le lecteur orienter plus facilement ses choix de lecture.

> Les polices de caractères

Le choix des polices participe à la personnalité que l'on souhaite donner au journal. Il en existe beaucoup, aux formes et possibilités multiples :

- N'utilisez pas plus de trois polices différentes : s'il y en a trop, votre page ne sera pas forcément très lisible et votre journal manquera de cohérence graphique.

- Préférez les polices fines avec empattement pour le corps du texte ; les polices grasses sans empattement pour les titres.

- Vérifiez que la police que vous

souhaitez utiliser gère la ponctuation et les accents.

> La composition des textes

Il existe quatre possibilités pour composer son texte, en fonction des impératifs prévus par la maquette. Pour les textes longs, sachez que les textes justifiés sont les plus lisibles.

> La charte graphique

Elle regroupe tous les éléments de votre maquette : quelles polices, tailles, graisse, couleurs, composition, etc., pour vos titres, chapô, textes, etc. Elle vous aide à conserver tout au long du journal, et d'un numéro à l'autre, l'identité visuelle du journal.

2. PRÉSENTER

> Le logotype

Le « logo » est la représentation graphique du titre du journal. Bien en vue sur la Une, il sera votre premier ambassadeur. Il doit donc être cohérent avec

son identité et le projet rédactionnel. Qu'il soit réalisé par un dessinateur ou à partir d'une police de caractère, veillez surtout à sa lisibilité.

> La Une

La première page, la couverture du journal donnera ou non l'envie au lecteur de s'en emparer. Il en existe deux types : la Une « magazine » joue principa-

lement sur l'image et ne donne que les titres principaux développés dans le journal ; la Une « quotidien », plus adaptée aux grands formats, donne déjà à lire quelques articles.

> Les illustrations

Les illustrations font partie intégrante de votre journal. Outre qu'elles permettent à la maquette de respirer, elles ap-

puient vos propos et font partie intégrante du message que vous souhaitez faire passer. Dessins, photos, caricatures, jouez sur tous les tableaux. Privilégiez les illustrations originales et vous gagnerez en personnalité ! N'oubliez pas de les « sourcer », c'est-à-dire d'en indiquer l'origine.

Pour créer un journal, il ne faut pas chercher à rentrer dans un moule. À vous de vous imprégner de ces conseils, de les accepter ou au contraire de les rejeter : faites le journal que vous voulez, mais faites un journal qui vous ressemble.

Plus d'infos sur le net
www.jetsdencre.asso.fr

3. ORDONNER

Nous vous conseillons, lors de la conception de chaque numéro, de réaliser un « chemin de fer ». Il s'agit du schéma des pages du journal, que vous disposez les unes à la suite des autres. Bénéficier de cette vision d'ensemble vous permettra de mieux appréhender le regroupement des articles traitant d'un même thème, d'alterner les articles sérieux avec ceux plus légers, de voir comment les illustrations se répartissent... Vous proposerez ainsi plus facilement à vos lecteurs un journal homogène et sans temps mort.

4. IMPRIMER

> La correction

Avant de passer à l'impression ne négligez jamais le travail de relecture et de correction ! Ceci afin de chasser les fautes de grammaire, d'orthographe ou de syntaxe, et de repérer les erreurs de mise en pages. Vous pouvez ensuite donner votre « bon à tirer » et passer à l'impression.

> Le choix de la reprographie

- La photocopie noir et blanc est avantageuse par la souplesse qu'elle vous offre : facilité technique, possibilité de

retirer votre journal à la demande, coût réduit pour les petits tirages, mais la qualité - en particulier des photos - est parfois moyenne.

- L'impression est avantageuse pour les tirages en grand nombre, pour la qualité et les possibilités techniques qu'elle offre, mais coûte souvent cher.

- Rien ne vous interdit de changer de mode d'impression, mais mieux vaut commencer modestement par des photocopies pour tester votre journal auprès de votre lectorat.