

KIT CRÉER SON JOURNAL WEB

SUR INTERNET,
PRENEZ LA PAROLE AVANT QU'ON VOUS LA DONNE



FAÎTES UN JOURNAL EN LIGNE !



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

Avec le soutien de :



KIT CRÉER SON JOURNAL WEB

Ce kit a pour but de vous aider à créer un journal en ligne en exploitant les ressources du web. Un journal « en ligne » est un espace d'expression sur internet qui s'inscrit dans une démarche journalistique. Il est le fruit d'une réflexion collective sur une ligne éditoriale, reflet de l'identité des journalistes jeunes impliqués dans le projet. Il permet la prise de responsabilité et l'autonomie des jeunes dans l'usage de la liberté d'expression. Sans prétention d'exhaustivité, les sept fiches suivantes constituent une introduction aux différentes étapes de la réalisation d'un journal web. Il s'adresse avant tout aux journaux en ligne qui utilisent majoritairement l'écrit. Créer un journal est un projet collectif et unique, alors inspirez-vous librement des fiches de ce kit pour donner vie à un journal qui vous ressemble. Jets d'encre propose également des formations aux équipes qui le demandent, et si des questions que vous vous posez ne trouvent pas réponse dans ce kit, n'hésitez pas à nous contacter !

Certaines fiches présentent les grandes lignes du contenu des guides édités par l'association, que vous pouvez commander pour approfondir des questions au gré de vos besoins.

LA CHARTE DES JOURNALISTES JEUNES



L'identité du journal



Travailler en équipe



Financer son journal



Écrire pour être lu



Droit et déontologie



Une maquette efficace

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 :

Février 2018 - 2^{ème} édition
(1^{ère} édition : décembre 2014)

Illustrations :

Léa Rigout, Baptiste Sanchez

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 |



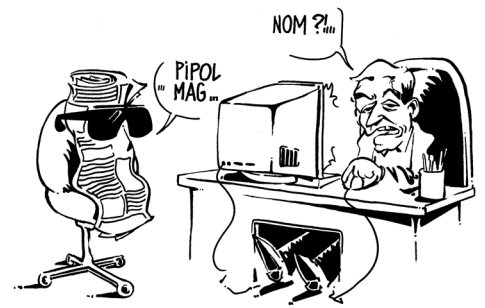
Avec la rage et le plaisir de s'exprimer, les jeunes prennent la parole dans les lieux de vie qui sont les leurs. Spontanée ou plus réfléchie, cette presse originale reste confrontée à de nombreuses difficultés. C'est pour cela que Jets d'encre consacre son activité à la défense et à la reconnaissance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



Définir la formule d'un journal consiste à faire des choix essentiels pour le succès et la visibilité du titre. Toute la rédaction doit être associée à ce questionnement, qui tracera les grandes lignes de l'identité du journal et lui donnera sa personnalité, 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.

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

1. ANALYSER LE CONTEXTE

> Dans quel cadre est-il publié ?

Groupe indépendant de jeunes, fac, service municipal jeunesse, conseil de jeunes, association, collège, lycée public, privé ou agricole... Chaque cadre de publication a des avantages et des inconvénients au regard de la liberté éditoriale et des moyens dont dispose le journal.

> Qui est à l'initiative du journal ?

L'identité du groupe à l'initiative du journal influe également sur la liberté éditoriale : un journal à l'initiative d'une mairie n'aura pas les mêmes implications qu'un journal à l'initiative de journalistes jeunes.

> Quels objectifs pour le journal ?

Quelles sont vos ambitions ? S'agit-il d'un journal d'informations locales, un journal pour crier votre révolte, pour faire bouger le bahut ? Quelle est la fréquence de publication ? Souhaitez-vous intégrer des vidéos, des émissions de radios ? Quelles que soient vos motivations, il est important de définir ces objectifs avec votre rédaction.

2. L'ÉQUIPE

> Recruter une équipe

La constitution de l'équipe est une étape importante dans la définition de l'esprit et de la ligne éditoriale du journal. Pour recruter votre équipe, encouragez vos lecteurs à envoyer des articles, communiquez sur les réseaux sociaux, mettez des affiches dans votre lieu de vie pour proposer à vos camarades de vous rejoindre.

> Qui fait quoi ?

Pour savoir qui solliciter au fil de la réalisation du journal,

partagez-vous les responsabilités tout en étant à l'écoute des membres de la rédaction. En voici une liste non exhaustive en plus des rédacteurs, dessinateurs, photographes, secrétaire de rédaction.

- *Directeur de publication* (obligatoire) assume juridiquement le contenu du journal en ligne. C'est pourquoi il répond devant la loi de tous les contenus publiés quel que soit le format (publications écrites ou non, et espace de commentaires). Il est de ce fait la seule personne qui peut exiger une relecture avant la diffusion

d'un contenu, puisqu'il en est le garant. Le directeur de publication d'un journal jeune en ligne doit avoir plus de 16 ans.

- *Rédacteur en chef* : animateur de l'équipe, garant de la ligne éditoriale, il est le premier référent du journal sur le fond et la forme. Il doit stimuler le groupe et favoriser sa cohésion interne.

- *Webmaster* : réalise les pages du site web dans le but de capter l'attention de son lectorat. Il veille notamment à la mise à jour des informations publiées. Il délimite les missions du cahier des charges : ergonomie

du site, modes de navigation, arborescences, l'accès aux fonctionnalités, recherche d'identité visuelle, élaboration de la charte graphique, maquette, choix des technologies...

- *Community Manager* : fédère et anime les communautés sur internet (par exemple les réseaux sociaux). Il fait le lien avec le lectorat et peut ainsi écrire le contenu des billets sur les réseaux sociaux en rapport avec l'activité du journal, être en charge de la création d'un concours, de la retranscription en live d'une conférence.

3. LE PROJET RÉDACTIONNEL

> Quel est le public visé ?

Sur le web, n'importe quel internaute peut accéder à votre journal. Cela ne vous garantit pas pour autant de trouver un lectorat. Il est donc important de savoir à quel public vous vous adressez. Le contenu de votre journal web est différent si votre lectorat est le grand public, les habitants de votre ville, les jeunes ou les étudiants de France.

> Quelle ligne éditoriale ?

La ligne éditoriale, influe sur les choix de traitement des sujets, l'identité du journal, ses objectifs, son lectorat, son style, son identité graphique, les choix de modération et de publication. Votre ligne éditoriale est le moyen de vous assurer que le journal garde ses objectifs initiaux. Vous pouvez en discuter collectivement, mettre des mots dessus, pour prendre en

compte les objectifs et le style de l'ensemble des journalistes jeunes.

> Quel style souhaitez-vous adopter ?

Qu'il soit satirique, sérieux, drôle, très littéraire, virulent, le style fera beaucoup pour votre identité. C'est le ton d'un article qui fera qu'un lecteur cherchera à aller plus loin, l'intéressant véritablement à vos propos. La diversité de ton dans le journal est possible, mais la recherche d'un style propre permet de donner

l'identité du journal, votre originalité.

> Quel titre pour le journal ?

C'est le premier contact avec votre journal, ce par quoi vos lecteurs vous reconnaissent. Reflet de votre ligne éditoriale, 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. Pensez à mettre en rapport le titre avec l'identité visuelle du journal pour en renforcer l'efficacité.

LES FONDAMENTAUX DU JOURNAL WEB



Un journal web est une entreprise complexe alliant les compétences de gestion d'une rédaction de journalistes jeunes et la maîtrise du web. Cette fiche fait une liste non exhaustive de plateformes utiles appelées Système de Gestion de Contenu (CMS en anglais) et donne quelques conseils pour bien agencer votre site.

1. TROUVER UNE PLATEFORME ADAPTÉE

Il existe une multitude de plateformes qui se renouvellent sans cesse. Faites plusieurs essais. C'est à vous de choisir la plateforme qui correspond le mieux à vos envies, aux contraintes de votre projet et aux compétences que vous possédez.

> Wordpress (dite plateforme "libre" ou "opensource")

Permet une personnalisation optimale grâce à la diversité des modèles disponibles (gratuits ou payants). Interface flexible et simplifiée, facilitant la gestion des articles. Communauté importante et réactive en cas de questions. Mais, certaines fonctionnalités sont payantes. La maîtrise complète de l'interface demande quelques compétences techniques néanmoins accessibles. La maîtrise du code informatique peut être requis pour une

mise en forme plus poussée. En bref : bonne option pour donner au site un aspect professionnel. Autres exemples de sites gratuits ou open source : *Wordpress.org, Joomla, Overblog, Drupal.*

> Wix (dite plateforme "commerciale")

Simplicité d'utilisation pour les débutants, de ses outils de personnalisation (créer des zones de texte et d'images modifiable à volonté par exemple) et son espace de stockage. Il est possible de créer des menus (rubriques) aisément de même qu'intégrer des widgets (compteur de vues, formulaire...). Mais, certaines fonctionnalités assez basiques sont restrictives ou payantes et vous n'êtes pas complètement propriétaire de votre contenu. En bref : très rapide pour créer un journal bien abouti, il nécessite un budget pour être utilisé à

pleine capacité. La mise à jour du contenu de votre journal est assez laborieuse. Autres exemples de plateforme "commerciale": *Weebly, Kiubi, Jimdo, Squarespace, iPaoo, OR-SON, ou E-Monsite.*

> Tumblr (dit "microblog")

Interface rapide à prendre en main, pas besoin de compétences particulières pour comprendre le fonctionnement du site. Excellente intégration des images et autres supports : particulièrement adapté si vous voulez créer un journal illustré et dynamique. Mais la trop grande simplicité offre peu de flexibilité et le rendu est susceptible d'être éloigné de vos envies. En bref : une plateforme idéale pour des débutants en informatique, mais assez inappropriée pour ceux qui voudraient publier de longs articles et élaborer en détail leur maquette. Autre exemple : *Pinterest.*

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

2. LE GRAPHISME

> L'organisation général

Un journal en ligne doit être structuré et organisé pour attirer l'œil et ne pas perdre ses lecteurs dans une accumulation d'informations. Répartissez les articles dans des rubriques, mettez en valeur le titre en haut de chaque page. Tâchez également de trouver le bon équilibre entre textes et images : épurez le design, notamment les couleurs (en évitant

les couleurs vives) et les typographies utilisées.

> Page d'accueil

La page d'accueil reflète votre identité. Elle doit donc être soignée et personnalisée. Généralement, elle comprend les articles les plus récents ou à la une, des widgets (exemple: dernières publications sur les réseaux sociaux) ou certains liens comme celui vers les mentions légales ou les contacts. Ces derniers peuvent également se trouver dans le footer en bas de la page. La page d'accueil met également

en valeur le nom du journal et les rubriques mais ces deux éléments doivent se retrouver dans toutes les pages.

> Rubriques

Indispensables, elles sont généralement organisées par thématiques: édito, coup de cœur, actualités, satires, qui sommes nous... Chaque rubrique comprend des sous-rubriques comportant les articles d'un même thème. Les noms des rubriques doivent être courts. Il peut être plus facile pour votre lecteur de limiter leur nombre (5-6) quitte

à avoir beaucoup de sous-rubriques.

> Dynamiser la navigation

Plus la navigation est facile, plus votre lecteur aura envie de revenir sur votre site. Prévoyez des raccourcis, des liens internes, un moteur de recherche interne, un bouton retour à la page d'accueil, des tags (mots clés) à la fin des articles. Prenez en compte l'interactivité que procure le web, en laissant un espace de commentaire par exemple. Pensez alors à activer leur modération afin d'éviter les propos litigieux.

3. LEXIQUE

> **Hébergeur** : Intermédiaire technique, l'hébergeur assure, à titre gratuit ou payant, le stockage de tout contenu (un blog, une vidéo...) pour le

mettre à disposition du public via internet. Certaines plateformes citées plus haut peuvent être utilisées gratuitement comme hébergeur. Mais une utilisation avancée (plus d'espace, meilleur indexation sur les moteurs etc.) peut se faire

via des hébergeurs proposant des offres spécifiques comme *1&1* et *phpnet*.

> **Nom de domaine** : c'est le nom de votre site, par exemple "*monjournal.com*" (payant); la plupart du temps, les CMS proposent des noms de

domaines prédéfinis comme *monjournal.wordpress.com* (gratuit). Si vous voulez votre propre nom de domaine, il faut l'acheter et vérifier que la plateforme qui héberge votre site l'accepte.

ÊTRE LU SUR LE WEB

L'écriture d'un journal est un exercice particulier qui n'a rien à voir avec une rédaction scolaire et sa pratique en ligne a des règles et des usages différents de ceux des journaux papier.



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

1. LES SPÉCIFICITÉS DU WEB

> Attirez l'œil

Des pages aérées, organisées, illustrées sont souhaitables pour que votre lecteur ne décroche pas lorsqu'il fait face à des grands pavés de textes. L'internaute qui accède pour la première fois à une page web,

cherche, par réflexe, mots clés, sous-titres, intertitres, images, premières phrases et liens qui l'éclaircissent rapidement sur le contenu et la richesse du site. Ainsi, organisez vos articles avec ces éléments.

> Soignez les premiers éléments de l'article

Titre, sous-titre, premières phrases vont déterminer si votre lecteur continuera sa lecture. Trouvez un titre informatif et incitatif, soignez l'image et le chapô (les premières phrases) qui donne le cadre, les enjeux et suscite l'envie d'en savoir plus.

2. LE BASES DE L'ÉCRITURE

> Le brouillon

- *Définir le message essentiel*

Répondez aux six questions de base : « Qui, quand, quoi, où, pourquoi et comment ? » sans quoi votre lecteur n'aura pas toutes les informations lui permettant de comprendre les enjeux et ne pourra pas confronter ses opinions aux vôtres.

- *Déterminer un angle*

L'angle est votre façon d'aborder l'article et de présenter le sujet : de quel point de vue allez-vous raconter votre histoire ? L'important c'est de s'y tenir pour ne pas perdre votre lecteur en cours de route. L'angle peut être le défilé vu

par un manifestant, ou encore en quoi la manifestation est importante, ou pourquoi vous n'avez pas voulu y aller.

- *Choisir un genre*

Il existe de nombreuses façons de s'exprimer dans un journal et chacune avec ses particularités, qu'il soit propre à l'écrit (la brève, le filet, le billet, l'éditorial, le reportage, l'enquête, l'analyse, la synthèse, la critique, le compte-rendu, le dossier) ou facilité par le web : le roman photo, le dessin de presse, la vidéo, le podcast. Choisissez le genre qui vous semble le plus approprié : n'hésitez pas à varier !

> La structure

Sur internet, les contenus se consomment très vite : l'information essentielle doit donc figurer en début d'article ou être mise en avant dans la mise en forme.

- *L'attaque et la chute*

Ce sont le premier et le dernier paragraphe de votre article. Ils doivent être clairs, utilisez des phrases courtes, rythmées, percutantes. Le but ? Attirer le lecteur et lui faire lire l'article en entier.

- *Travailler les enchaînements*

Chaque partie est un tout : évitez de revenir sur un point déjà exposé, soignez vos transitions, faites des distinctions nettes entre deux idées.

- *L'habillage de l'article*

Un article se compose d'un

titre, surtitre (qui donne le thème de l'article), chapô (introduction pour donner envie d'en savoir plus), intertitres (idées phares rompant la monotonie de l'article), exergues (pour mettre en valeur des phrases clés). Vous pouvez ponctuer l'article d'images, de vidéos, d'insertions de contenu ou d'hyperliens (cf. Module 4).

> La rédaction

Écrire simplement et efficacement : un article doit être clair et concis. Afin de ne pas égarer le lecteur, il est plus agréable de rédiger des phrases courtes et des paragraphes séparés. Vous pouvez vous inspirer de la règle : « une idée = une phrase ».

3. COMMUNIQUER SUR LE WEB

Faire connaître son journal est à la fois valorisant et essentiel pour qu'il soit lu ! Outre les méthodes habituelles (bouche-à-oreille, diffusion aux proches, affiches...), le web vous donne de nombreuses opportunités de diffuser votre journal.

> Utiliser les réseaux sociaux

Ce sont des moyens de communication incontournables pour faire connaître votre journal, partager des articles, des vidéos, des photos, une date de réunion. Il est probable que le lecteur soit plus enclin à

cliquer sur le lien d'un article partagé sur les réseaux sociaux qu'à aller de lui-même régulièrement sur le site.

- *Elaborer une stratégie* : Pour que votre communication soit visible, il est recommandé de publier de manière régulière (plusieurs fois par semaine par exemple). Un plan de communication en amont peut être utile pour identifier les cibles et les moyens de communication les plus pertinents. Réfléchissez au contenu de vos publications sur les réseaux sociaux : ils doivent accrocher

le lecteur pour lui donner envie de cliquer.

- *Créer du lien entre vos communautés sociales et votre journal* : widgets, plug-ins Facebook ou autres médias sociaux sont relativement faciles à mettre en place sur votre site.

> Les newsletters

Certaines plateformes proposent un système de newsletter vous permettant de fidéliser votre lectorat. Cette newsletter peut rendre compte des dernières actualités du mois. Travaillez sur la temporalité de la newsletter (mensuelle, trimestrielle, annuelle) et gardez le rythme sans envoyer trop de

newsletters pour ne pas lasser vos abonnés.

> Développer des partenariats

D'autres associations (jeunesse, culture, éducation, étudiant) ou journaux web pourront peut-être relayer vos contenus.

> Interagir avec le lecteur

Un journal web facilite l'interaction. Insérez des commentaires, dédiez une page de discussion, animez vos réseaux sociaux ou organisez des rencontres réelles pour rendre physique ce lien avec vos lecteurs !

VARIER LES MODES D'EXPRESSION



La richesse du web offre de nombreuses ressources permettant de mettre en valeur les articles et de multiplier les supports d'expression : interviews, reportages radios ou vidéos, caricatures animées peuvent ainsi enrichir l'approche journalistique. A vous de tirer profit de ce que vous pouvez inclure dans vos articles.

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

1. ENRICHIR SON CONTENU

> Les images

En ligne comme dans un journal papier, il est conseillé d'illustrer l'article par un document visuel : photographies ou dessins par exemple rendent l'article plus parlant. Avec le web, les images peuvent être animées (gif) et ainsi souligner

le ton ironique ou humoristique d'un article.

> Les vidéos, podcasts ou productions sonores

L'insertion de vidéos, de podcasts ou de productions sonores permettent de rendre le journal plus vivant et attractif. Les vidéos ou podcasts peuvent alimenter votre article (bande annonce, extraits, morceau de musique que vous

critiquez, etc.) en renvoyant aux productions déjà en circulation sur le web. Vous pouvez aussi créer votre propre contenu (émission de radio, vidéos etc.) en diffusant un reportage, des interviews, une chronique audio, etc. Votre journal peut même prendre la forme du webradio ou d'une webTV : la presse jeune n'est pas seulement écrite !

2. FAIRE INTERAGIR LES MÉDIAS

> Les liens hypertextes

Le web offre la possibilité au lecteur de naviguer entre différents médias. Vous pouvez ainsi agrémenter vos articles de liens vers d'autres sites, de pages qui appuient votre argumentaire et amener le lecteur à en apprendre plus via vos sources. Attention à ne pas utiliser des liens hypertextes dont le contenu renvoyé est illicite (contenu diffamatoire, injurieux ou contrefait au re-

gard du code de la propriété intellectuelle...), la responsabilité du journal pourrait être engagée.

> Les insertions de contenu

Avec une simple balise HTML, les liens embeded (enlisés) vous permettent d'ajouter facilement à votre article un tweet, une carte interactive, une vidéo, photo, un dossier papier etc. Les insertions de contenu (photos, vidéos etc.) doivent être sourcées.

3. AMÉLIORER VOTRE JOURNAL

> Les outils statistiques

Grands atouts du numérique, les outils statistiques que proposent votre plateforme ou Google Analytics servent à connaître le nombre de visiteurs, le nombre de pages vues, la période où il y a le plus de visiteurs, etc. Vous pouvez ainsi déceler certains problèmes : le site est-il suffisamment bien référencé ? Ils aident en outre à identifier les articles les plus lus. Il existe également

des outils statistiques sur certains réseaux sociaux qui permettent de gérer plus finement la communication autour du journal et de son contenu.

Vous pouvez consulter la brochure de l'Observatoire des pratiques de presse lycéenne sur les droits et la déontologie des journaux lycéens en ligne et le mémo "L'image dans les journaux lycéens".

4. DROIT D'AUTEUR ET DROIT À L'IMAGE

> Le droit d'auteur

Lorsque l'on publie une œuvre comme une image (dessin, photographie, reproduction), une vidéo, un texte, une musique, il est important de respecter le « droit d'auteur », qui protège le propriétaire de l'œuvre.

Faites attention :

- à la reproduction d'image ou de vidéo

Dans le cas où la production n'est pas de vous, il est nécessaire de demander l'autorisation de diffusion à l'auteur. Lorsque la production est libre de droit, vous pouvez la diffu-

ser sans l'autorisation. C'est le cas des œuvres tombées dans le domaine public ou sous licence libre (comme les licences Creative Commons). Dans la plupart des cas, les images sont non libres de droit et ne peuvent être utilisées que si l'auteur a explicitement donné son accord. Dans tous les cas, il est obligatoire d'associer le nom de l'auteur à l'œuvre en indiquant des mentions ou « crédits » sous chaque image. Le symbole © du copyright peut être utilisé.

- à la reproduction sonore

Toute captation de son néces-

site d'obtenir une autorisation d'utilisation de sa voix auprès de la personne concernée (ou de son représentant légal) qui intervient dans une vidéo, une interview ou à l'antenne.

> Le droit à l'image

Tout individu a un droit exclusif sur son image et peut donc s'opposer à la publication de celle-ci. En principe on considère qu'une personne donne tacitement son accord à la publication de son image (photo ou vidéo), si elle a vu qu'elle était photographiée ou filmée sans s'y opposer. Cependant elle est à tout moment en droit de demander le retrait de la publication, même si elle a signé une autorisation de droit

à l'image. Il est dans tous les cas préférable d'obtenir cette autorisation signée de la personne concernée (ou de son représentant légal) afin de s'assurer de son accord.

> Le droit de citation

Le droit de citation est une des exceptions au droit d'auteur et concerne les textes comme extraits vidéos ou musiques. Ainsi, sous réserve que soient indiqués le nom de l'auteur et la source, l'auteur ne peut interdire « les analyses et courtes citations justifiées par le caractère critique, polémique, pédagogique, scientifique ou d'information de l'œuvre à laquelle elles sont incorporées ».

DROITS ET DÉONTOLOGIE



1. VOS DROITS

La liberté d'expression est un droit fondamental reconnu par la Déclaration des Droits de l'Homme et du Citoyen de 1789, plusieurs conventions internationales et la Convention Internationale des Droits de l'Enfant de 1989. En France, les journaux web relèvent de la loi sur la liberté de la presse de 1881, mais également de la loi de 1982 sur la communication audiovisuelle, de la loi de 1986 relative à la liberté de communication et de la loi de 2004 pour la confiance dans l'économie numérique (LCEN).

2. LES LIMITES

On peut parler de tout mais pas n'importe comment. La liberté d'expression est limitée par deux grands principes : la protection des personnes, et la sauvegarde de l'ordre public.

> Les principaux délits de presse

- *La diffamation*, ou « toute allégation ou imputation d'un fait qui porte atteinte à l'honneur ou à la considération d'une personne ou d'un corps »

- *L'injure*, ou « 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* : ou « la publication, la diffusion ou la reproduction de nouvelles fausses, de pièces fabriquées, falsifiées ou mensongèrement attribuées à des tiers ». Tout ce qui est écrit reste sur le net, les traces numériques disparaissent difficilement.

> 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 les trois mois, à la même place, dans les mêmes caractères et de la même longueur que l'article mis en cause. Ce droit de réponse peut être refusé s'il présente des délits de presse.

3. UNE RESPONSABILITÉ PARTAGÉE

> Le 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 rôle essentiel au sein de la rédaction. Depuis janvier 2017, il peut avoir plus de 16 ans (art 93.2 loi 1982). Le directeur de publication bénéficie d'un droit de regard intégral sur le contenu. Il est donc 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, 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.

> L'hébergeur

L'hébergeur est un prestataire technique : sa responsabilité ne peut être engagée que s'il est démontré qu'il avait eu connaissance du caractère illicite du contenu du site hébergé ou si, dès le moment où il en a eu cette connaissance, il n'a pas agi rapidement pour en rendre l'accès impossible.

4. LA MODÉRATION

S'il n'y a pas de modération des commentaires, c'est l'auteur du message qui est poursuivi en cas d'infraction. La responsabilité du directeur de publication n'est engagée que si le message n'est pas retiré « promptement » une fois signalé, et seulement s'il est « manifestement » illicite. S'il y a modération, la publication d'un message illicite engage directement la responsabilité du directeur de publication, puisqu'il a validé le message.

6. POUR ALLER PLUS LOIN

Pour compléter, vous pouvez :

- Commander le guide "Droits et déontologie" de l'association Jets d'encre.

- Télécharger gratuitement la brochure de l'Observatoire des pratiques de presse lycéenne sur les droits et déontologie des journaux lycéens en ligne.

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.

5. LES AUTRES OBLIGATIONS

> Les Données à caractère personnel

Le journal en ligne étant perçu comme un site personnel - même si dans le cas d'un média jeune, il est collectif - sa déclaration à la commission nationale de l'informatique et des libertés (CNIL) n'est obligatoire que si vous y collectez des données personnelles.

> Les Mentions légales

Les mentions légales sont un ensemble d'informations qui doivent être mises à disposition des utilisateurs. Les journaux jeunes, en tant que publications « non professionnelles » peuvent n'indiquer que le nom

et l'adresse de l'hébergeur. En effet le directeur de publication a le droit de préserver son anonymat sous réserve d'avoir communiqué à l'hébergeur les éléments d'identification personnelle. Cependant, nous recommandons fortement d'indiquer à minima le nom du directeur de publication, ainsi qu'un moyen de contacter la rédaction. Il est également conseillé de présenter l'équipe, le journal, son histoire, la ligne éditoriale à travers une déclaration d'intention par exemple. Cela permet de développer un rapport de confiance entre l'internaute et la rédaction.

TRAVAILLER EN ÉQUIPE



Travailler en équipe pour réaliser un journal est un challenge. Il faut réussir à transformer une somme de personnalités en un collectif solidaire qui va donner vie à un projet. Une équipe qui fonctionne, c'est l'assurance d'un journal dynamique qui saura durer.

1. GÉRER UNE ÉQUIPE

Un journal a besoin d'une équipe soudée pour vivre et se pérenniser. Lorsque celui-ci se compose d'une équipe de rédaction qui ne peut se rencontrer régulièrement, il est important de se fixer des principes de travail collectif.

> Garantir la cohésion d'équipe

La rédaction a besoin d'une cohésion renforcée, car son efficacité dépend en partie de l'envie de ses membres de se mobiliser collectivement. Le

principal acteur du maintien de la cohésion d'équipe est souvent le rédacteur en chef mais l'ensemble de la rédaction doit être à l'écoute de chacun.

> Fixer les échéances, communiquer

Echangez régulièrement, en organisant fréquemment des conférences de rédaction physiquement ou par visioconférence pour mettre au clair les objectifs, fixer les échéances, fidéliser votre équipe et garantir la cohésion et l'entraide entre rédacteurs. Elles permettent d'organiser les

publications du journal. Un journal web publie ses articles un à un, les deadlines sont serrées (par exemple 2 articles par semaine). Il est donc conseillé pendant ces phases d'anticiper les publications en créant éventuellement une base d'articles ou d'organiser des publications en différé. Les rédacteurs doivent être autonomes et capables de communiquer entre eux sans intermédiaire. De même, il est important de savoir régler les conflits qui peuvent paralyser votre rédaction en évacuant les ten-

sions, en cherchant les causes, des compromis, en parlant librement...

> Établir des règles de fonctionnement

Pour atteindre vos objectifs, l'idéal est de fixer des règles de vie de l'équipe. Si possible, profitez d'une conférence de rédaction tous ensemble, pour les établir, afin que chacun s'implique dans la construction du projet collectif. Sachez les remettre en question si le besoin s'en fait sentir et/ou lors d'un renouvellement d'équipe.

2. LES OUTILS

Avec Internet, travailler à distance est nettement plus facile grâce à certains outils à choisir selon vos besoins, mais sans les multiplier pour ne pas perdre en efficacité.

> Visioconférence

Utile pour converser à plusieurs sans bouger de chez vous ! Les outils sont nombreux: *Skype, Discord, Mumble, Jitsi Meet, Eki-ga, Facetime, Hangout...*

> Des outils pour échanger

De nombreux outils vous per-

mettent de disposer d'un espace d'échange continu et instantané: forums de discussions, mails, documents partagés, groupes privés sur les réseaux sociaux, outils de discussion instantanée tels que *Messenger, Slack, Framateam, Hangouts, WathsApp*.

> L'agenda partagé

Dates des réunions, échéances de parution des articles ou grands rendez-vous peuvent être notés sur un agenda partagé (comme *Google Agenda, Framagenda, Teamweek*).

> Les documents partagés

Tels que *Framapad, Google docs*

ou *PiratePad*, ils vous permettent une rédaction participative en «direct live». Chacun peut contribuer au projet collectif depuis son ordinateur.

> Les espaces collaboratifs

Vous pouvez disposer d'un espace de travail en ligne sur lequel tous vos fichiers (documents, photos, vidéos...) sont réunis et partagés avec les membres de la rédaction. C'est le cas de *Dropbox, Google Drive ou Framadrive*. Attention à établir des règles (par exemple : pas de suppression sans archives, penser à faire des sauvegardes régulières, respecter

l'arborescence de tri des données).

> Les outils de gestion des tâches

Faire un journal, c'est aussi avoir un ensemble de tâche à faire que vous devez vous répartir (qui se charge de tel sujet, qui relis, illustre, publie, communique, quand). Certains outils comme *Trello, Framaboard, Asana, ou Basecamp* vous permettent de lister vos tâches en les attribuant à chacun et ainsi suivre leur avancement. L'outil est partagé avec l'ensemble de la rédaction.

3. FORMER ET TRANSMETTRE

L'équipe se renouvelle souvent et rapidement. Afin de faciliter la prise de fonction des nouvelles recrues, plusieurs techniques peuvent être mis en place.

> La formation continue

Recruter tout au long de l'année, déléguer les responsabilités aux personnes les plus mo-

tivés : le rédacteur en chef peut ainsi former pendant plusieurs semaines / mois son successeur. Ceci est valable pour toutes les autres fonctions. La transmission entre pairs est souvent la plus efficace ! Vous pouvez également réaliser des fiches pratiques sur les connaissances que doivent maîtriser

les nouveaux arrivants (se servir de *Wordpress*, coordonner une équipe etc.).

> Constituer des archives

Il est important d'archiver tous les documents et de constituer des bilans. Cela permettra à l'équipe qui vous succédera d'avoir un historique du journal et progresser sans refaire les mêmes erreurs.

Pour les journaux en ligne, le travail en équipe est souvent dématérialisé ; il est d'autant plus important de créer cette cohésion de groupe qui fait la richesse de certains journaux !

FINANCER SON JOURNAL WEB



Garantir son indépendance, 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 la mise en ligne de votre journal en investissant immédiatement dans des comptes premium, 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 : réaliser un journal !

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

1. QUE CHERCHER ?

> Lister vos besoins

Pour savoir exactement ce dont vous avez besoin, savoir qui demander et à qui le demander, il est très important de faire une liste, la plus précise possible, de tous vos besoins.

Besoins de structure : équipement informatique, matériel de bureau, documentation, fonctionnement. Les besoins de structure sont généralement très faibles pour un journal web. **Besoins liés au contenu du journal** : matériel pour faire des

reportages, frais de déplacement, fournitures. **Besoins liés à la réalisation technique** : achat du nom de domaine, abonnement divers, options. **Besoins humains** : photographe, dessinateur, nombre de rédacteurs. Les journaux web demandent nettement moins de ressources financières qu'un journal papier. Mais même en utilisant des outils gratuits, vous pouvez parfois vous retrouver confronté à quelques frais : déclaration en préfecture si vous voulez vous monter en association (plus protecteur), hébergeur, nom de domaine. Aussi il est

important de ne pas bâcler la réflexion autour du financement, sous prétexte que vous êtes sur internet.

> Définir des priorités

Une fois tous vos besoins listés, déterminez ce qui correspond à vos besoins vitaux (ceux auxquels vous devez répondre en premier et dont dépendent le lancement du journal comme l'achat du nom de domaine par exemple) et à ceux que vous pouvez différer. Ainsi vous connaîtrez le budget à demander et vous saurez rapidement si vous pouvez vous lancer dans l'aventure !

2. QUI DÉMARCHER ?

Faites ensuite correspondre à chacun de vos besoins les personnes et/ou organismes à solliciter susceptibles de vous aider.

> 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 Solidarité et de Développement des Initiatives Étudiantes, le dispositif « Culture-Action » du CROUS.

> Les annonceurs publicitaires

Démarcher des annonceurs publicitaires qui pourraient s'afficher sur votre site peut être

une possibilité. Vous pouvez également demander à de petites structures proches de votre journal (boulangerie, petite entreprise).

> **Certains organismes de proximité** pourront aussi vous aider en mettant à votre disposition des moyens : salles de réunions, prêt de matériel informatique etc. 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

Exemples : *Ulule*, *KissKissBank-Bank*, *My Major Company*, *Projaide*, *HelloAsso*... 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 comme le

concours national de la presse jeune Kaléido'scoop, par le CLEMI avec Médiatiks ou encore Animafac... 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 financiers à démarcher).

> Les cotisations

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. Attention à ne pas fixer un tarif qui empêcherait certaines personnes de vous rejoindre.

> **Les abonnements au contenu** que vous diffusez peuvent être un moyen d'auto-financement. Il est possible d'aménager un espace privé et payant sur les sites, accessibles via un mot de passe donné aux utilisateurs ayant payés.

Ne cherchez pas à tout obtenir d'un seul coup : l'autonomie et la stabilité financière d'un journal se construisent avec le temps. Un financement ne doit toutefois pas se transformer en influence, ni en dépendance pour éviter les cas où un financeur demanderait un droit de regard sur votre journal en ligne ou censurerait un article.

3. COMMENT ?

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 (fréquence de diffusion, statistiques de fréquentation), ses partenaires et soutiens ainsi qu'un budget prévisionnel des dépenses et des recettes qui doivent être équilibrées (dépenses = recettes).