



UNE MAQUETTE EFFICACE

**Organiser, illustrer et mettre
en valeur le contenu du journal**

Prolongement de notre *Kit créer un journal*, ce livret fait partie d'une collection de six guides développant les questions essentielles qui se posent à celles et ceux qui se lancent dans l'aventure journal.

Supports d'autoformation, ils ont été conçus pour convenir à plusieurs publics : les jeunes qui désirent créer un journal, les adultes professionnels ou bénévoles qui souhaitent accompagner leur réalisation mais aussi les rédactions déjà constituées qui veulent approfondir leurs connaissances.

Ouvrages collectifs, ils capitalisent l'expérience et le savoir-faire des bénévoles de l'association Jets d'encre, tous anciens journalistes jeunes, pour mieux les partager.

Ne vous sentez pas obligés de suivre au pied de la lettre tout ce qui suit. Il y a mille et une manières originales de réaliser un journal : à vous de trouver celle qui vous correspond. Alors emparez-vous de ces conseils et créez le journal qui vous ressemble !

Dans la même collection :

- > N°1 - *L'identité du journal*
- > N°2 - *Ecrire pour être lu*
- > N°3 - *Travailler en équipe*
- > N°4 - *Droit et déontologie de la presse jeune*
- > N°5 - *Financer son journal*

Publication réalisée avec le soutien de



© Association Jets d'encre

Directrice de publication : Léa Haurie-Hontas, Présidente

Textes, photos, conception graphique : Association Jets d'encre
Tous nos remerciements aux bénévoles qui ont contribué au travail d'écriture, d'illustration, de mise en page et de lecture de ce guide.

Dessin de couverture : Florian 'Défé' Delobelle

Photo page 24 : Pablo Nicolás Taibi Cicare - Flickr

Remerciements particuliers : Olivier Bourhis, Thibault Roy

Impression : IllicoPress (www.illicopress.com)

2^{ème} édition - Juin 2019 - Dépôt légal à parution

Prix public : 9 € - adhérents : 5 €

La maquette est un peu le costume du journal : elle habille les textes et les visuels. C'est aussi **ce qu'on 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**.

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.

Les fonctions de la maquette

p. 4 à 8

Les choix techniques et graphiques

p. 9 à 22

Illustrer son journal

p. 22 à 30

De l'idée à la maquette : le chemin de fer

p. 31 à 32

De la maquette au tirage : la reprographie

p. 33 à 34

LES FONCTIONS DE LA MAQUETTE

Avant de construire concrètement la maquette de votre journal, prenez le temps d'une réflexion collective avec la rédaction.

On n'imaginerait pas lire un journal comme un roman, page par page, dans la même présentation : la mise en pages fait toute la différence, en suivant plusieurs objectifs qu'il vous faut avoir en tête. Tous ces conseils valent autant pour un journal papier qu'un journal web ou qu'une plateforme de webradio ou webtv.

Séduire le lecteur

> *Les trois niveaux de lecture d'un journal*

Un journal est vu avant d'être lu : le lecteur « entre » dans votre journal d'abord par sa maquette et opère des choix au travers de trois niveaux successifs de lecture :

- **ce qui est vu** : c'est l'étape de la prise en mains et du feuilletage du journal. L'œil s'arrête sur la une, les grands titres, les illustrations, les éléments graphiques (espaces vides, aplats de couleur, contrastes) avant de revenir sur le sommaire.
- **ce qui est vu et lu** : le lecteur pioche dans le journal en fonction de ce qui l'a le plus attiré à la première étape, pour une première lecture rapide (en général les éléments de titraill* et d'habillage*).
- **ce qui est lu et entendu** : une lecture/écoute plus approfondie des articles.

Interface entre le moment où votre lecteur découvre le journal et le moment où il commence la lecture des articles, votre maquette doit être pensée au service de ces trois niveaux : **si tout se ressemble dans votre maquette, votre lecteur s'y perd !**

D'où l'importance d'établir quelques règles de repérage dans l'ensemble de la maquette (une architecture d'ensemble homogène avec les titres des rubriques, éventuellement sous-rubriques, bien en évidence) et aussi sur chaque page (éléments visuels tels que la hauteur des titres et de la titraille par exemple).

> **Le rôle essentiel de la une**

Si un lecteur hésite entre plusieurs journaux disposés devant lui sans pouvoir les ouvrir, c'est sans doute leur « une » - leur première page - qui va orienter son choix. Pour que cette vitrine soit la plus alléchante possible, prenez une nouvelle fois le temps de la réflexion.

Il existe deux types de unes :

- **la « une quotidien »** : elle met en avant un article central (qui n'est pas forcément l'éditorial), généralement présenté avec un gros titre et une illustration, autour duquel on trouvera des références aux autres articles sous forme d'accroche* avec des renvois aux pages intérieures. Evitez cette option si le format de votre maquette est inférieur à l'A4 car vous perdrez en lisibilité.



*Le petit rapporteur
Collège Louis Armand
Dreux (28)*

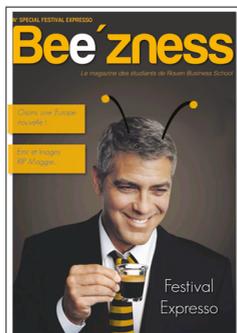


*L'abordage
Lycée Christophe Colomb
Sucy-en-Brie (77)*

- la « une magazine » : elle est caractérisée par un visuel unique (une photo, un dessin ou une infographie), un titre principal (l'article le plus important, le dossier du numéro, etc.) et quelques titres secondaires placés sur la gauche ou la droite, ou dans de petits encadrés.



*Les chroniques lycéennes
Lycée Albert Schweitzer
Mulhouse (68)*



*Bee'zness
Association Beecom'
Rouen Business School (76)*



*Parle Just'
Lycée Saint-Just
Lyon (69)*

Comment choisir ? En fonction de **l'identité de votre journal** bien sûr ! Un journal d'information privilégiera sans doute la première solution, d'aspect plus sobre et sérieux, quand d'autres projets appelleront plutôt une « une magazine », plus dynamique.

>> *Pour aller plus loin, voir le guide n°1 « L'identité du journal »*

Hiérarchiser l'information et la rendre accessible

La maquette fait partie des outils pour **hiérarchiser l'information**, c'est-à-dire **mettre en avant tel ou tel contenu en fonction de votre projet rédactionnel et des attentes de vos lecteurs**. Si vous avez préparé un dossier thématique, placez-le plutôt au début, voire dans les pages centrales, mais pas dans le dernier tiers du journal, forcément moins lu.

Toutes les pages n'ont également pas la même valeur : par exemple, les

pages de droite tombent sous le regard à l'étape du feuilletage. Outre l'importance stratégique de la une, vous pouvez également utiliser les autres pages de la couverture (deuxième page, avant-dernière et dernière page) pour des éléments que vous souhaitez mettre en avant : un éditorial, une rubrique à succès qui constitue la « touche » de votre journal, etc.

Et bien sûr, n'oubliez pas de faire connaître aux lecteurs vos choix en plaçant **un sommaire** dès les premières pages !

Organiser l'espace rédactionnel et donner du rythme au contenu

Une autre fonction importante de la maquette est de **matérialiser l'organisation de votre journal** pour le lecteur, en lui permettant d'en **distinguer les rubriques**, c'est-à-dire les catégories et les thèmes dont il traite. A vous d'en déterminer des repères visuels : en haut de la page, dans une typographie déterminée, avec ou sans fond de couleur, etc.

D'une manière générale, pensez à **la signalétique courante** de vos pages : le numéro de page (ou « folio »), les mentions légales, , etc. sans pour autant surcharger la maquette !

Créer une maquette, c'est aussi **cadencer la lecture**. Dans votre maquette, **diversifiez et alternez les contenus** : évitez d'enchaîner plusieurs articles longs, qui décourageront l'œil du lecteur et surtout, pensez à la juste répartition entre les textes, les illustrations et les éléments graphiques (bordures, aplats, répartition des blancs, etc.).

Personnaliser le journal

Enfin, la maquette participe bien sûr de l'identité de votre journal, ce qui fait qu'on le reconnaît simplement au premier coup d'œil. **Il ne s'agit pas que de choix techniques, mais aussi esthétiques** pour que votre journal constitue un tout agréable pour le lecteur. La préparation de la maquette contribue à **créer un journal unique qui vous ressemble**.

>> *Pour aller plus loin, voir le guide n°1 « L'identité du journal »*

AGENCE CONSEIL
EN COMMUNICATION

« Un bon journal, c'est un rapport équilibré texte / image. »

Fabrice Sculler, directeur associé de l'agence de conseil en communication ZZB, livre quelques astuces professionnelles pour penser une maquette réussie.

Quelques trucs pour ne pas perdre l'attention du lecteur ?

Mon premier conseil serait d'essayer justement de ne pas faire trop long, ce qui est difficile quand on est passionné. Il faut donc discerner l'essentiel de l'accessoire. D'autant que les modes de lecture actuels font que les gens lisent moins et surtout plus vite. La bonne publication alterne les formats courts et long. Pour les longs dossiers, un élément est essentiel : le choix de la typographie. Les polices de caractères avec empattement (*cf. chapitre 2*) facilitent la lecture car notre œil a l'habitude de lire des écritures liées. C'est d'ailleurs pourquoi tous les romans utilisent ce type de polices. Enfin, il faut essayer de découper le contenu d'une page pour permettre plusieurs niveaux de lecture. Pour cela, on utilise les titres, encadrés, accroches, etc. qui relancent la lecture.

Un journal, c'est avant tout du texte : quelle est la valeur ajoutée de l'illustration ?

Pas d'accord : un journal, c'est en fait avant tout un rapport texte / image équilibré. En ce sens, l'illustration est un apport esthétique au journal car c'est grâce à elle que la mise en pages sera attractive et agréable à lire. A l'inverse, un journal composé uniquement de texte demande un effort important de l'œil pour la lecture. Second avantage : l'illustration délivre une information. Et ce, beaucoup plus rapidement qu'avec du texte. En un clin d'œil, le message est passé (*cf. chapitre 3*).

Trois erreurs à ne pas commettre ?

Attention d'abord aux pages surchargées. Dans une page, la part de « gris » doit être inférieure à la part de blanc (*cf. chapitre 2*). Il faut donc mettre des images et ne pas avoir peur du blanc. Je conseille également aux illustrateurs de travailler avec les rédacteurs et non après, pour ne pas dissocier le fond de la forme. Enfin, il est primordial d'organiser correctement son travail (*cf. chapitre 4*).

LES CHOIX TECHNIQUES ET GRAPHIQUES

Bien au clair sur l'importance d'une mise en pages efficace, la rédaction doit procéder à des choix techniques et graphiques. **N'ayez pas peur de tester plusieurs options** pour trouver la formule la plus efficace !

Les contraintes techniques

Préparer une maquette, c'est aussi faire des choix qui tiennent compte tant de l'identité de votre journal que **des moyens techniques (et financiers)** à disposition de la rédaction.

> PAO ou ciseaux-colle ?

Peu de rédactions réalisent encore leur journal à la main, avec la multiplication des logiciels de production assistée par ordinateur (PAO). **La formule « ciseau-colle » reste pourtant la plus accessible** car elle ne demande que très peu de matériel et de savoir-faire technique. Elle peut aussi se révéler un plus pour donner du cachet à votre maquette.

L'étape PAO fait souvent peur aux débutants : trop cher, trop compliqué, etc. Sachez qu'il existe **des logiciels gratuits** notamment pour :

- le traitement de texte : les suites OpenOffice ou LibreOffice
- la mise en pages : Draw (OpenOffice) ou Scribus
- le dessin vectoriel : Inkscape
- la retouche photo : Gimp, ou Photofiltre
- éditer votre journal au format universel pdf : PDFCreator

De nombreuses autres ressources existent, dont vous trouverez les références dans Le guide du libre publié par l'Association pour la promotion et la recherche en informatique libre (APRIL) : <http://guide.libreassociation.info>

Et pour vous aider, **vous trouverez sur Internet des tutoriels** qui vous guideront pas à pas dans l'utilisation de ces logiciels.

> *Petit ou grand format ?*

Le format le plus courant est le **A4 (297 x 210 mm)**. Il peut être obtenu en utilisant directement le papier adéquat ou en pliant en deux un format A3 (double A4), ce qui rend la manipulation moins pénible pour le lecteur (cette solution permet un agrafage dit « à cheval » sur la tranche du journal, préférable à un agrafage sur le côté des feuilles). Les formats A3 ou A5 (demi A4) sont tout aussi envisageables.



Vous pouvez également **jouer sur l'orientation du papier** : format portrait (dans le sens de la hauteur) ou paysage (dans le sens de la largeur).

Attention, la reprographie en photocopie ou en imprimerie impose des contraintes techniques. Pour les plus inventifs, vous pouvez imaginer d'autres formats – mais votre tirage sera directement proportionnel à la faculté de manutention de votre équipe (découpe, pliage et autres travaux manuels !).

> *A bords perdus ou avec marges ?*

C'est principalement **la méthode d'impression** qui conditionne ce choix. Un imprimeur professionnel saura réaliser une impression « à bords perdus », tandis que toutes les imprimantes grand public et les photocopieurs ont une marge technique forcément blanche ! Si vous imprimez votre journal vous-même, le seul moyen d'éliminer ces marges sera de découper les bords des exemplaires imprimés au massicot, un travail qui peut s'avérer fastidieux si le tirage (le nombre d'exemplaires imprimés) est élevé.

Anticipez ce choix car il aura un impact direct sur la maquette de votre journal : une impression « à bords perdus » vous permettra d'utiliser des aplats colorés (fond de page ou encadrés en bord de page).

Impression avec marges...



*Le p'tit Luther
Lycée Martin Luther King
Bussy-Saint-Georges (77)*

... ou à bords perdus ?



*Le p'tit Camus
Lycée Albert Camus
Rillieux (69)*

> Couleur ou noir et blanc ?

En fonction de vos envies et de votre budget, vous pourrez choisir entre une impression en couleur ou en noir et blanc (en réalité en « niveaux de gris ») (cf. chapitre 5).

Néanmoins, le petit budget dont disposent de nombreuses rédactions les poussent à se contenter d'une impression en noir et blanc. Pour trouver le juste milieu, vous pouvez décider de n'utiliser de la couleur que sur la une. Vous pouvez aussi imprimer votre une sur une feuille de couleur et le reste sur du papier blanc : une bonne manière d'identifier les différents numéros (avec à chaque fois une couleur différente). Enfin, vous pouvez réserver une impression couleur à un numéro anniversaire ou à un hors-série !

>> Pour aller plus loin, voir le guide n°5 « Financer son journal »

Le cercle chromatique



Si la couleur est un vrai avantage pour votre maquette, encore faut-il savoir l'utiliser correctement... et sans trop en abuser : d'une manière générale, on utilise au maximum **trois couleurs différentes sur une même page afin de ne pas la surcharger d'informations !**

Vous vous êtes souvent demandé comment assortir les couleurs ? Bien sûr, tout est affaire de goûts mais **le cercle chromatique** permet de comprendre **l'interaction des couleurs**, pour faire les bons choix :

- pour des alliances simples mais toujours réussies : utiliser **des couleurs similaires** (voisines sur le cercle chromatique, comme le bleu et le vert ❶) ;
- pour apporter du dynamisme et du contraste : utiliser **des couleurs complémentaires** (opposées sur le cercle chromatique, comme l'orange et le bleu ❷) ;
- pour créer un sentiment d'harmonie : travailler à partir de la même teinte déclinée en plusieurs tonalités plus ou moins sombres, ce qu'on appelle **un « camaïeu »** ❸.

Des sites Internet vous proposent des déclinaisons poussées du cercle chromatique, pour vous aider à générer des alliances de couleurs - comme *Paletton* : paletton.com

Attention aussi à ce que la couleur ne nuise pas à la lisibilité du texte.

Si vous placez du texte sur un aplat coloré, utilisez de préférence une police de caractère sans empattement (cf. p.14) dont la couleur est bien distincte de celle du fond, et évitez les teintes trop pâles.

> La pagination

Il s'agit du nombre de pages du journal. Il tient compte aussi bien :

- de votre budget : combien de pages pouvez-vous vous offrir ?
- du format : quelle est la quantité de textes et d'illustrations à réaliser ?

- de la motivation de la rédaction : disposez-vous des forces nécessaires ?
- de la périodicité* du journal, c'est-à-dire l'intervalle entre deux numéros (mensuel, bimensuel, bimestriel, etc.) : la rédaction peut-elle assumer un nombre de pages régulier à chaque numéro ?

Si le nombre de pages de chaque numéro varie plus ou moins selon les titres, **essayez de viser une certaine régularité** pour ne pas décevoir vos lecteurs : ne passez pas d'un « super » numéro 1 de 24 pages à un numéro 2 de 12 pages, le lecteur pourrait s'interroger sur le numéro 3...

Mieux vaut donc établir ce choix collectivement, au moment de la préparation du chemin de fer, afin d'être sûr de remplir toutes les pages. Un détail qui a tout de même son importance pour vous éviter de vous retrouver avec une page blanche au moment du bouclage : si vous imprimez en recto-verso, le nombre total de pages doit toujours être pair ; et si vous imprimez en « livret », il doit être un multiple de quatre.

Les choix graphiques

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

- *Les marges*

Les marges sont des **zones vierges réparties sur les côtés de chaque page**, dans lesquelles on ne trouve aucun texte ou illustration (cf. p.9). Leur largeur varie en fonction du format du journal. L'habitude consiste plutôt à fixer des valeurs identiques pour les marges gauche-droite et haut-bas, mais le recours à des marges asymétriques peut être intéressant pour donner de la personnalité à votre maquette.

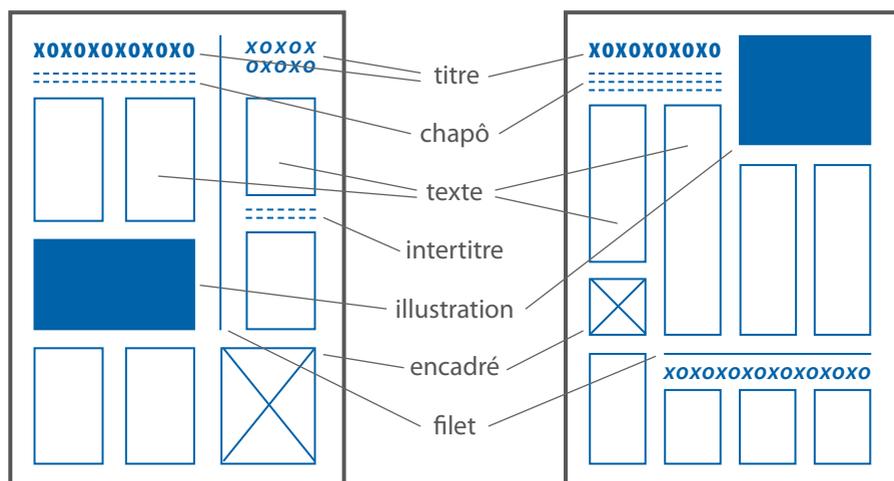
- *Les colonnes*

L'organisation d'une page en colonnes soulage le lecteur, car il est plus difficile pour l'œil de lire des lignes longues : il peut déraper et doit

reprenre la lecture en arrière. Le choix du nombre de colonnes **dépend du format de la page** et de **la taille des caractères utilisés**. Il n'est pas forcément le même d'un bout à l'autre du journal, de même que la largeur des colonnes peut varier d'une page à la suivante selon les gabarits.

L'espace qui sépare deux colonnes est appelé **gouttière**. Celle-ci permet d'aérer textes et images. Veillez à conserver un espace suffisant pour que l'œil distingue les colonnes et suive correctement l'organisation du texte. Lorsque le lecteur est susceptible de se perdre entre deux articles sur une même page, on place un **filet**, une ligne de séparation (verticale ou horizontale) entre les colonnes ou d'encadrement d'un article.

Modèles de gabarits 3 colonnes et 4 colonnes



- **Les blancs**

N'oublions pas que **le « blanc » est un élément essentiel de la mise en pages**. On a facilement tendance à vouloir tasser le plus d'informations possible sur une page au détriment de la lisibilité. Pourtant, ce sont les marges et les gouttières qui permettront à la page de respirer. Pensez aussi aux intertitres dans les articles longs, qui sont également l'occasion de laisser de l'air au lecteur, et jouez sur la typographie.

- **Tester les gabarits**

Les gabarits sont **autant de modèles de pages que le lecteur retrouvera régulièrement au fil des numéros**. Ainsi, les pages des dossiers, informations, etc. pourront être identifiées d'un seul coup d'œil.

Il est donc très important de **faire plusieurs essais** (en commençant pourquoi pas par une ébauche au crayon à papier ?) et **de tester l'effet de vos gabarits** « à l'œil ». En figurant les colonnes et l'emplacement des illustrations, les grands titres et les éléments d'habillage, vous arriverez vite à donner une forme à une page.

A l'étape de la PAO, **n'hésitez pas à remplir vos cadres avec du faux-texte** puis **à imprimer vos pages** pour vous faire une idée ! Ce travail vous sera très utile pour **préparer le chemin de fer** de vos prochains numéros (cf. *chapitre 4*). Il existe de nombreux sites permettant de générer du faux texte automatiquement, comme par exemple fr.lipsum.com/.

> **La typographie**

La typographie est **l'art de choisir et d'assortir des caractères différents dans une même page**. Elle offre une variété importante de nuances et de possibilités, permettant de souligner la hiérarchie de l'information voulue par la rédaction comme de contribuer à l'attrait du journal pour le lecteur. L'ensemble des textes d'une page est influencé aussi bien par le choix de la police (ou « fonte ») que par les attributs ajoutés lors de la mise en pages.

Il existe des milliers de polices, qu'on range traditionnellement en **six familles et deux catégories** selon que les caractères présentent ou non des empattements (respectivement « serif » et « sans serif »). De nombreuses polices sont préinstallées avec les logiciels, mais vous pouvez aussi en télécharger pour enrichir votre collection. Le site www.dafont.com, par exemple, référence un grand choix de polices gratuites ou payantes.

Les six familles de polices

On classe les polices en six familles selon la forme des empattements :

ELZEVIR	empattements triangulaires	m
DIDOT	empattements réduits à un simple trait	police avec empattement
EGYPTIENNE	empattements carrés	
ANTIQUE	sans empattement ni délié	m
<i>Écritures</i>	imitent le tracé de la main	police sans empattement
FANTAISIE	caractères publicitaires	

Les caractères supportent **des attributs** qui enrichissent encore les possibilités :

- **le corps** : la taille du caractère, exprimée en points, qui permet de hiérarchiser le texte en fonction de son importance et de créer plusieurs niveaux de lecture (les titres recourent généralement à des corps plus importants que les intertitres, eux-mêmes plus hauts que le texte principal, etc.).
- **la casse** : CAPITALES (majuscule, qu'il faut accentuer) ou bas-de-casse (minuscule) ainsi que PETITES CAPITALES
- **l'inclinaison** : le caractère romain est droit et vertical (donc plus lisible), *l'italique penche à droite* (il peut être utilisé pour la titraille, les légendes et les citations, ainsi que les titres d'œuvres, les marques et noms d'enseignes, les mots étrangers)
- **la graisse** : les caractères ont des graisses différentes, selon que les traits sont plus ou moins épais, plus ou moins « gras », c'est-à-dire plus ou moins noirs du **light** à **l'ultra-black** en passant par toutes les déclinaisons **medium** et **bold**.
- **le soulignement** : attention à ne pas trop en abuser !
- **la chasse** : c'est-à-dire la largeur occupée par le caractère, qui va du plus étroit ou **condensed**, au plus large ou **expanded**.
- **l'interlettrage** : l'espace entre deux caractères dans un mot, qui peut être utilisé pour générer des effets de style ou réduire l'encombrement d'un texte (en veillant à ce qu'il reste lisible !)

- **l'interlignage** : l'espace prévu entre deux lignes pour éviter que leurs textes ne se touchent, qui peut être important (avec risque de perdre de l'espace) ou réduit (avec risque de réduire la lisibilité)
- éventuellement, **la couleur** (cf. p.11)

Pour composer vos textes, vous disposez de quatre possibilités :

- **fer à gauche** (« aligné à gauche ») : le texte est calé sur la marge de gauche, les fins de ligne étant irrégulières sur la droite, comme des lignes manuscrites. Présentation la plus naturelle, elle permet souvent d'éviter les césures de mots mais peut se révéler peu esthétique.
- **fer à droite** (« aligné à droite ») : à éviter, car l'œil doit entamer la lecture sur des lignes inégales et se perd facilement. Cette présentation peut être utilisée pour des légendes ou de courts textes placés en accroche.
- **justifié** : le texte est aligné des deux côtés des colonnes. Présentation la plus classique et facile à suivre pour l'œil, mais attention à ce que votre mise en pages ne devienne pas trop monotone : jouez sur les intertitres, images et encadrés. Vous serez sans doute aussi amené à corriger l'interlettrage pour éviter de trop grands espaces entre les mots de certaines lignes. Certains logiciels de mise en pages présentent également l'option justifié à gauche, plus esthétique que l'alignement à gauche et permettant d'éviter les césures de la justification simple.
- **centré** : à n'utiliser que pour les titres ou de petits textes très courts.

Ce texte est aligné sur la gauche : il "flotte à droite".

Ce texte est aligné sur la droite : il "flotte à gauche".

Ce texte est aligné des deux côtés : on dit qu'il est "justifié".

Ce texte est centré par rapport au cadre de texte.

Comment se servir des polices et de leurs attributs, sans nuire à la lisibilité ? Voici quelques conseils :

- Comme pour les couleurs, **n'utilisez pas plus de trois polices différentes** sur la même page. **Pour un papier, préférez les polices avec un empattement.** Faites attention également à la graisse de vos polices : le corps de texte est généralement écrit avec une police fine tandis que les titres seront plus gras afin de se démarquer. Réservez les caractères fantaisies aux titres. Vous pouvez aussi n'utiliser qu'une seule police en jouant sur plusieurs attributs pour créer des niveaux de lecture différents. **Pour le web, la typographie utilisée sera plutôt une police sans serif.**
- **Certaines polices sont proposées dans toutes les variantes** de graisse, d'italique et de chasse : préférez leur usage, qui offre un meilleur rendu, aux polices pour lesquelles c'est le logiciel de mise en pages qui gère les attributs.
- **Vérifiez que la police que vous souhaitez utiliser gère la ponctuation et les accents** (ce n'est pas toujours le cas !).

La ponctuation facile

Voici quelques usages typographiques qu'il est bon de connaître :

signes simples	,	pas d'espace avant, un espace après
signes doubles	? ; : ! « »	un espace avant, un espace après
tiret et barre oblique	- /	
parenthèses et crochets	() []	collent au texte qu'ils contiennent
trait d'union	-	pas d'espace ni avant ni après

Et sachez que deux « !! » ne doublent pas l'exclamation : un seul suffit, et il en est de même pour les points d'interrogation.

> Le logo du journal

Le logotype est **la représentation graphique du titre de votre journal**. Bien en vue sur la une, **il en est l'ambassadeur** et participe à son identité. Décliné sur différents supports (affiche pour recruter de nouveaux rédacteurs, flyers, site Internet, etc.) **il doit permettre au lecteur d'identifier le journal d'un seul coup d'œil**.



Il doit avant tout être lisible et soigné. Deux éléments peuvent entrer en ligne de compte dans son élaboration : **une typographie et un graphisme**. Vous pouvez choisir comme base de votre logo une police que vous pouvez personnaliser, en jouant sur son inclinaison, sa couleur, en incorporant un élément graphique... voire en le dessinant complètement.

La mise en page et l'habillage des articles

Mettre en pages, c'est également faire un travail sur chaque article pour le mettre en forme et prévoir tous les éléments complémentaires nécessaires à son identification et à sa compréhension.

> Mettre en forme le texte

Voici à nouveau quelques conseils pour la mise en pages des textes :

- Pour être efficace, **un titre commence toujours par une majuscule**, occupe généralement **le premier niveau de lecture** (corps le plus important), **ne doit pas être justifié** ni contenir de césure.
- Il faut éviter les trop grandes masses de texte, peu attirantes. **Jouez sur les attributs de police** (interlettrage, interlignage) pour créer

des blancs qui aèrent la page. **Découpez le texte en paragraphes**, précédés par un alinéa pour renforcer la lisibilité.

- Vous pouvez **utiliser des intertitres ou des accroches** (courts textes mis en pages dans une justification et des caractères différents, pour faire ressortir un élément du texte, pour une citation issue d'une interview ou d'un discours, etc.) et **recourir aux lettrines** (la lettre majuscule initiale d'un article, dont le corps est supérieur à celui du texte).
- C**e paragraphe est précédé d'une lettrine, ce qui permet de distinguer plus aisément les paragraphes les uns des autres.
- Si vous devez couper certains mots (ce qu'on appelle **une césure**), respectez les quelques règles suivantes : ne coupez un mot qu'entre deux syllabes (*en-cadré, signa-ture*), privilégiez les coupes entre consonnes redoublées (*at-tributs, dif-ficile*), et évitez d'isoler une lettre en fin de ligne (*a-lignement*).
 - **Ne laissez jamais une ligne isolée en haut** (ligne « veuve ») **ou en bas** (ligne « orpheline ») d'une page ou d'une colonne. Jouez sur l'interlettrage permet souvent de corriger ce problème.

Sachant que la plupart des logiciels comportent des options qui permettent de gérer automatiquement les césures, veuves et orphelines... ce qui ne remplace pas une bonne relecture !

> « **Habiller** » les articles

« L'habillage » peut comprendre plusieurs éléments selon les articles :

- **le chapeau** (qui peut aussi s'écrire « chapô »)
- **la titraille** : surtitre, titre, intertitres si besoin, accroches
- **les encadrés**
- **les légendes** des illustrations
- on peut aussi ajouter **la signature** du ou des auteur(s) !

Idéalement, ce travail est effectué par le rédacteur, mais même dans ce cas, le maquettiste doit souvent retravailler les éléments pour les adapter aux besoins et contraintes de la page... d'où l'intérêt de disposer de gabarits partagés entre rédacteur et maquettiste et de réaliser ensemble le chemin de fer ! (cf. chapitre 4)

La charte graphique

Si vous avez mené avec succès tout ce questionnement, alors vous avez défini ce qui constituera l'identité visuelle du journal, qui doit bien sûr être cohérente avec sa formule, votre projet éditorial.

>> *Pour aller plus loin, voir le guide n°1 « L'identité du journal »*

La « charte graphique » est **une description concrète et normative de votre identité visuelle**. Concrètement, il s'agit d'un document qui explique comment se présentent tous les éléments de la maquette :

- l'utilisation du logo (« l'espace vital » du logo ou encore son utilisation sur différents supports) ;
- les règles de mise en place des illustrations ;
- des textes (emplacement, colonnage, justification, caractères) ;
- des éléments d'habillage (titraillle, chapô ou non, accroche ou non, encadré ou non, signature) ;
- des éléments graphiques (filets, lettrines, fonds et aplats de couleur, puces, etc.) ;
- et des blancs.

Mettre au propre sa charte graphique permet de **s'assurer que l'identité visuelle du journal puisse être déclinée de manière cohérente** dans l'ensemble de la maquette, d'un numéro au suivant... et en cas de changement de maquettiste !

Les éléments d'habillage d'un article de presse

La mise en pages classique de ce journal met bien en évidence les éléments principaux d'habillage d'un article de presse.

LE SURTITRE

Le premier élément de la page. Souvent réduit à un seul mot-repère, il précise la rubrique ou le domaine dans laquelle se place l'article.

LE CHAPÔ

Un aperçu, un résumé placé juste sous le titre et destiné à faire gagner du temps au lecteur, qui comprendra en quelques lignes le sujet et l'angle du papier, le contexte, les principaux acteurs, etc.

LES INTERTITRES

Dans les longs textes, les intertitres permettent à l'œil du lecteur de respirer en hiérarchisant l'information et en allégeant la composition. Courts, ils précèdent toujours ce qu'ils annoncent.

LA SIGNALÉTIQUE

Des points de repère pour le lecteur. Ici : le titre du journal, son numéro et sa date, ainsi que le numéro de page.

LE TITRE

Par sa forme graphique, sa taille et sa formulation, le titre doit accrocher le lecteur au premier niveau de lecture, c'est-à-dire le feuilletage du journal. Incitatif ou informatif, un bon titre est un titre clair, court, original, précis et compréhensible.

LES ILLUSTRATIONS

Photos, dessins, etc. permettent non seulement d'aérer vos pages mais aussi de servir et d'appuyer le propos. Ne pas oublier de les légender si besoin est, et de citer leur source.

LA SIGNATURE

Signer son article est une manière de montrer qu'on assume clairement ses opinions vis-à-vis du lecteur.



L'ENCADRÉ

Un encadré permet des digressions qui, placées dans le corps de l'article, auraient cassé le rythme, voire découragé le lecteur. Il permet d'insérer le portrait d'une personne interviewée, quelques chiffres, etc. Il est généralement titré et séparé du reste de l'article par un filet ou un aplat coloré.

page extraite de L'Œil du Dragon
Lycée Édouard Herriot
Lyon (69)



ILLUSTRER SON JOURNAL

Les illustrations font partie intégrante de votre journal. Outre permettre à la maquette de respirer (encore une fois, un journal n'est pas un roman), elles appuient le propos des articles et font partie intégrante du message que vous souhaitez passer.

Savoir utiliser correctement les illustrations

On peut distinguer **différentes sortes d'illustrations** : la photographie, le dessin (bande dessinée, caricature, etc.), l'infographie (carte, diagramme, etc.), la gravure, la reproduction d'œuvre, l'image commerciale (logo, affiche de film, etc.). Dans les journaux, particulièrement les journaux jeunes, on retrouve plus fréquemment les trois premières.

Le choix du type d'illustration tient compte aussi bien du contenu (ce qui est représenté) que de **l'intention de la rédaction**. Ainsi l'illustration remplit-elle plusieurs fonctions :

- elle peut **accompagner le texte d'un article** en y apportant des précisions (des données, une information complémentaire, un rappel des faits, etc.) ;
- par sa seule valeur informative, elle peut **remplacer un texte** ;
- elle peut apporter au message **une force symbolique, créer une émotion** - en prenant garde au fait que le langage de l'image, s'il est souvent plus puissant et direct que celui du texte, n'est pas universel : nous n'interprétons pas tous la même image de la même manière, d'où l'importance de la légende et du cadrage !
- elle peut aussi être **divertissante** (une bande dessinée par exemple) ou tout simplement **décorative**, agréable à l'œil.

Une affaire de choix

Tous les journaux ne font pas le même choix : si certains s'appuient essentiellement sur le visuel pour faire passer un message, d'autres préfèrent adopter une maquette privilégiant le texte. De plus, deux journaux n'utiliseront pas la même photo pour illustrer un article du même thème. **Le choix de la place accordée à l'illustration, ainsi que les illustrations en elles-mêmes, correspondent à la ligne éditoriale** du journal et participent fortement de son identité.

> *Produire ou reproduire ?*

Une fois qu'on a décidé d'insérer une ou des illustrations dans son journal, il faut bien se les procurer...

- La rédaction peut **produire les illustrations elle-même**, en sollicitant les services d'un dessinateur, d'un photographe, graphiste, etc. Si cela n'est pas toujours facile, les avantages sont nombreux. D'une part, produire ses propres photos/dessins **renforce le caractère singulier du journal, son originalité** par rapport à d'autres publications, voire **son indépendance**. D'autre part, cela permet à la rédaction de **s'assurer de leur provenance** (ce qui n'est pas toujours le cas quand on récupère des images sur Internet). Enfin et surtout, cela permet d'être **au plus proche de l'intention du rédacteur**, de faire passer le bon message.
- La rédaction peut aussi **reproduire des illustrations**, c'est-à-dire **utiliser les œuvres de tiers**, parce que cela apparaît plus facile ou parce qu'une œuvre déjà existante correspond à ses besoins ou bien plaît à l'auteur de l'article. Dans ce dernier cas, il faut faire attention aux droits d'auteur qui peuvent s'appliquer (cf. p. 23-25).

> *Sourcer : l'impératif de la signature*

Que vous produisiez ou reproduisiez une illustration, son auteur doit toujours être identifiable.

- **Lorsque vous reproduisez une illustration, vous devez en indiquer la source**, comme lorsque vous faites une citation dans

un article : il s'agit tant de respecter la création de l'auteur (cf. p.24), que d'indiquer au lecteur que cela ne vient pas de la rédaction – bref, c'est une question d'honnêteté !

- **En cas de production originale par la rédaction, l'auteur doit également signer son travail** : c'est une reconnaissance méritée et c'est obligatoire, car l'illustration publiée dans un journal est soumise aux mêmes limites que le texte en matière de liberté d'expression.

> **Faire passer un message : la portée du (re)cadrage**

Tout comme le dessin, la photo n'est pas objective : le cadrage et la prise de vue d'une photo sont des paramètres importants car ils lui apportent une partie de son sens. Ainsi, un sujet pris « en contre-plongée » aura l'air plus imposant, tandis que pris « en plongée » il sera dominé par celui qui regarde la photo. De même, une photo peut prendre un sens tout à fait différent lorsque l'environnement du sujet est visible, dans un plan large ; le même sujet pris en photo dans un plan serré n'aura peut-être pas la même signification.

La subjectivité du photographe transparait donc dans le cliché, qui peut aussi être retravaillé au moment de la maquette, par **recadrage ou rognage** : attention à ce que la photo n'en change pas de sens... Là encore, c'est **une question d'honnêteté** vis-à-vis du lecteur !



*Un jour comme un autre
dans la cour du lycée ?...*



*...ou bien une sortie pédagogique
sur le site d'Auschwitz-Birkenau ?*

> Expliquer : l'importance de la légende

Une illustration doit **toujours s'accompagner d'une légende**. Là encore, il faut faire attention au choix du texte : s'il n'est généralement qu'informatif, il peut quand même influencer le lecteur en lui donnant une vision particulière de ce qui est représenté. **La légende ne doit donc pas induire le lecteur en erreur** en lui proposant une fausse interprétation de l'image.

C'est d'autant plus important qu'elle constitue une entrée directe sur l'article - tout particulièrement la photo parce qu'elle saute aux yeux. Avec les titres, **les illustrations font en général partie du premier niveau de lecture du journal** (cf. chapitre 1).

Outre sa valeur explicative, **la légende peut aussi compléter, renforcer l'illustration qu'elle accompagne** : par exemple une citation forte sous le portrait d'une personne interviewée.



Les jeunes passent leur temps à télécharger illégalement des films.



La rédaction en plein bouclage du journal.

Un peu de droit

La création originale ou la reproduction d'images à fin d'illustration d'un article font appel à quelques notions juridiques qu'il peut être utile de connaître.

>> Pour aller plus loin, voir le guide n°4
« Droit et déontologie de la presse jeune »

> *Protection de la vie privée et respect du droit à l'image*

L'article 9 du Code civil énonce que « Chacun a droit au respect de sa vie privée ». Il en résulte que chacun dispose d'un « droit à l'image » qu'on peut comprendre de deux façons :

- **le droit de disposer de son image** : avant toute diffusion, vous devez obtenir une autorisation de la ou des personne(s) représentée(s), quel que soit le support (le journal en lui-même, mais aussi une affiche, un tract, etc.), du moment que la photographie la ou les met en scène dans un moment d'intimité, et ce qu'il s'agisse d'un lieu privé ou public. Si le sujet est mineur, l'autorisation doit être signée par un représentant légal.
- **le droit au respect de son image** : toute modification des traits physiques de la personne (par un trucage de photo ou une caricature par exemple), peut constituer, si elle nuit à son honneur ou à sa considération, une atteinte à son droit à l'image.

Il existe toutefois **deux limites reconnues au droit à l'image**, appréciées par les tribunaux en cas de conflit :

- **lorsque l'image représente un public** : l'autorisation des personnes photographiées n'est requise que dans le cas où elles sont isolées et reconnaissables – elle n'est donc pas nécessaire pour des photos de foule, de public regroupant un tel nombre de personnes qu'une identification individuelle se révèle impossible.

- **lorsqu'elle est utile pour l'information du public, dans le cadre du « droit à l'information »** : les personnes publiques, dans l'exercice de leur fonction, de leur mandat ou de leur activité professionnelle, peuvent voir leur image utilisée sans autorisation, à des fins d'illustration d'une information, sous réserve du respect de leur dignité.

> **Respect de la propriété intellectuelle et du droit d'auteur**

La loi reconnaît en tant qu'« auteur » **toute personne qui crée une « œuvre de l'esprit »** (art. L.111-1 du Code de la propriété intellectuelle). Dès lors, cette personne possède **un droit inaliénable sur sa création**, qu'elle soit littéraire (un livre, le contenu d'un site web, etc.), artistique (peinture, photo, dessin, infographie, etc.), musicale ou audiovisuelle.

Ainsi, si la rédaction veut reproduire une œuvre dont elle ne dispose pas des droits (un dessin trouvé dans un livre, une image sur Internet, des extraits d'un roman ou d'un article d'un autre journal), elle doit **obtenir une autorisation de reproduction de l'œuvre de l'auteur** (ou de ses ayant-droits) – sachant qu'une œuvre tombe dans le domaine public soixante-dix ans après le décès de son auteur.

N'hésitez pas à demander cette autorisation à l'auteur ou au journal qui dispose des droits des œuvres qui vous intéressent, par exemple par courrier en joignant un exemplaire du journal. Elle est souvent accordée facilement, tant que le journal ne poursuit pas un but commercial, ce qui est le cas de la majorité des journaux d'initiative jeune.

Attention, **les textes et images pris sur Internet sont soumis aux mêmes règles de respect du droit d'auteur ! Vous pouvez également utiliser des illustrations dites « libres de droits ».**

Le mieux est d'obtenir **une autorisation écrite** reprenant les engagements de chacun. Voici quelques informations, à titre indicatif, qu'il est utile de faire figurer dans un contrat d'autorisation de reproduction :

- les nom et qualité de l'auteur ou de son ayant-droit (personne physique ou morale comme une société d'édition ou un journal) ;
- les nom et qualité de la personne ou du journal à qui l'autorisation est destinée ;

- l'usage défini pour l'image ;
- la durée de l'autorisation (une ou plusieurs publications ? le droit d'utilisation prend-il fin à une période précise ?)

Et n'oubliez pas qu'il est important, même avec une autorisation, de **citer sa source** !

> **Le prosélytisme « commercial » dans la presse scolaire et lycéenne**

Les journaux réalisés dans les établissements d'enseignement public doivent prendre garde à la publicité, très règlementée dans le cadre scolaire. Plus précisément, le cadre réglementaire de la presse lycéenne prévoit que ces journaux doivent s'interdire « *tout prosélytisme commercial* »¹.

- **Un logo est une image qui appartient à une marque.** S'il peut arriver qu'un petit logo soit plus ou moins toléré (si cette publicité contribue à financer le journal, par exemple), il faut néanmoins prendre garde à ne pas en abuser, et préciser son rôle.
- Certaines images commerciales peuvent être autorisées dans des cas particuliers : par exemple **la reproduction d'une couverture de livre, d'une affiche de film, d'une exposition ou manifestation culturelle**, si elle vient illustrer une critique et n'est pas publiée dans une intention commerciale, mais constitue un complément d'information.

>> *Pour aller plus loin, voir le mémo « L'image dans les journaux lycéens », édité par l'Observatoire des pratiques de presse lycéenne et disponible sur www.obs-presse-lyceenne.org*

¹ Circulaire du Ministère de l'Éducation nationale n°91-051 du 6 mars 1991, modifiée par la circulaire n°02-026 du 1^{er} février 2002 - *Publications réalisées par les élèves dans les lycées*

Titre ?

Lucie Bouchet, journaliste jeune et maquettiste dans la rédaction du Mot Passant nous présente l'identité graphique de son journal.

Quelle est ta touche personnelle lorsque tu maquettes un journal ?

J'imagine que j'ai un style... Je n'ai pas de marque de fabrique ou quoi que je rajoute à chaque fois, mais généralement, quand je fais une maquette, elle est assez colorée, avec des grands aplats, beaucoup de filets aussi ! Oui, j'ai du mal à réaliser une maquette sans aucun filet, on peut considérer ça comme ma touche personnelle !

Quelles sont tes astuces techniques pour être rapide ?

Faire un chemin de fer, c'est la base ! Ça permet de gagner un temps fou en cassage de tête pour tout faire tenir... Aussi, avoir des gabarits tout prêts c'est bien pratique, ya quasi plus qu'à remplir ! Et sinon, le copié-collé. Toujours.

Comment construis-tu la Une ?

Généralement, je commence par le titre, et ensuite tous les éléments textuels qui doivent être intégrés sur la Une, sans ordre particulier. Et en tout dernier, l'image de Une, mais celle-là, généralement, ça bouge pas trop !

À quel point penses-tu que la maquette soit importante dans l'identité du journal ?

Faire un chemin de fer, c'est la base ! Ça permet de gagner un temps fou en cassage de tête pour tout faire tenir... Aussi, avoir des gabarits tout prêts c'est bien pratique, ya quasi plus qu'à remplir ! Et sinon, le copié-collé. Toujours.

Comment décrirais-tu la "charte graphique" de ton journal ?

Elle est... dynamique ! J'ai du mal à me lâcher complètement sur la maquette de mon journal, notamment parce que j'ai pas mal de contraintes sur tout ce qui touche aux couleurs notamment, mais elle est dynamique ! Épurée, moderne, dynamique !

Le Mot Passant

le journal des lycées Guy de Maupassant

Numéro 4 - Janvier 2018

Edito



Voici enfin le quatrième numéro de Mot Passant ! Et plus prêt à temps pour vous accueillir une bonne année (et une bonne rentrée...). On espère bien que vous vous êtes bien reposés pendant les vacances après tous les événements de décembre et que vous avez passé un bon moment qui ce soit pour Noël en plus.

Mais de bien commencer l'année, on vous a préparé un numéro spécial sur l'écologie, un sujet de plus en plus préoccupant. Nous avons donc des articles sur le bien vivre, notamment climatique mais aussi sur les déchets et du recyclage green. Mais ce n'est pas tout, comme d'habitude nous vous avons concocté un bon mélange de culture, d'actu, de société et bien plus encore !

A nouveau, on recrute, alors si le journal vous intéresse et que vous souhaitez rejoindre notre incroyable équipe, n'hésitez pas à nous envoyer un mail ou à nous contacter via les réseaux sociaux (ils ont le Mot Passant en tête sur tous les temps).

Nous vous souhaitons une bonne lecture et à bientôt pour le numéro 5 !

Sommaire

- Actualités Lydie p.2
- Culture p.5
- Dossier Écologie p.8
- Société p.10
- Actualités p.12
- Fiction p.14
- Bonne Année ! p.16



@PassantMot / @lempassantjournal / @lempassant92 / lempassant92@gmail.com

DE L'IDÉE A LA MAQUETTE : LE CHEMIN DE FER

Les réunions de la rédaction fourmillent d'idées et de propositions pour le prochain numéro du journal ? Super, mais il est important d'organiser le travail collectif pour le réaliser en évitant les mauvaises surprises de dernière minute... Dans la plupart des rédactions, c'est **le rédacteur en chef** qui se charge de coordonner les opérations.

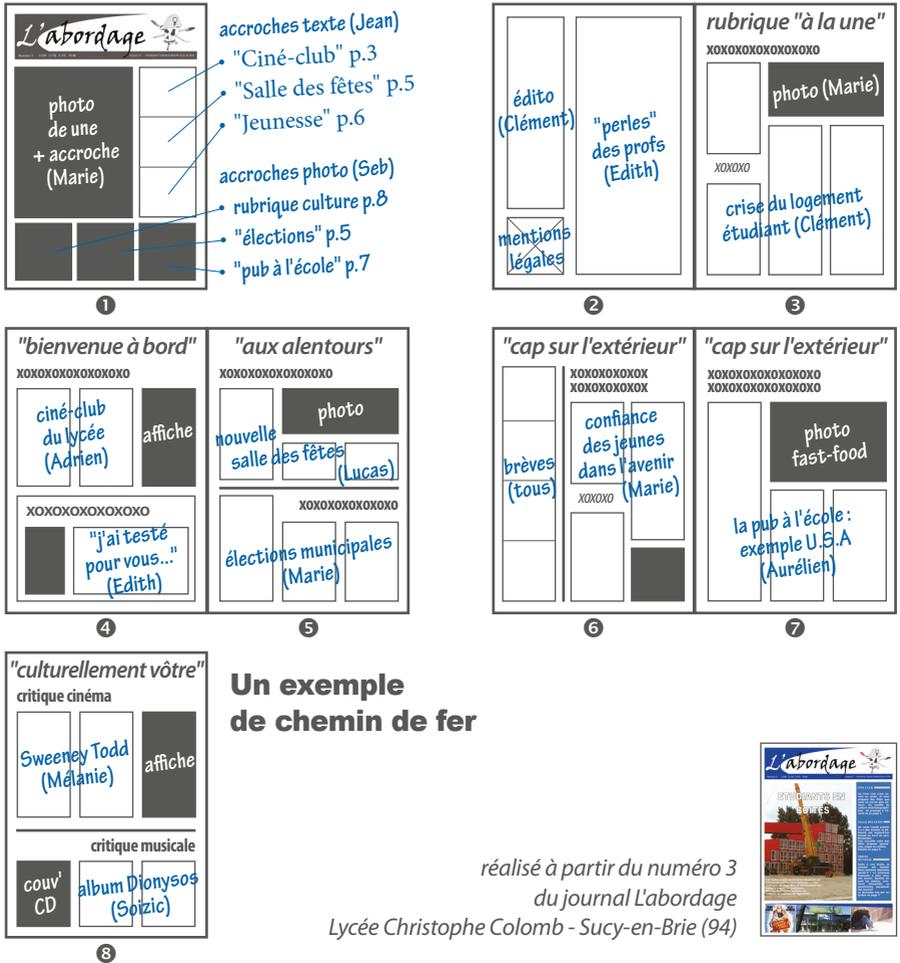
Le chemin de fer

Le « chemin de fer » est une **représentation schématique** (sujets des articles, emplacement des principaux encadrés et des illustrations) sur papier **de toutes les pages du prochain numéro du journal**.

Bénéficier de cette vision d'ensemble vous permettra de mieux appréhender le regroupement des articles traitant d'un même thème, d'alterner les articles (en alternant les textes courts et longs, les sujets plus ou moins sérieux, etc.), de voir comment les illustrations se répartissent. Vous proposerez ainsi plus facilement à vos lecteurs un **journal varié, sans temps mort**.

La conception du chemin de fer concerne toute l'équipe et se fait donc en réunion de rédaction : après définition des thèmes abordés, le rédacteur en chef les inscrit sur les différents gabarits. D'un seul coup d'œil, on a donc une idée de la place accordée aux différents sujets, du volume de texte attendu, des encadrés éventuels à préparer, des illustrations à rechercher ou à réaliser... Et **l'équipe s'en trouve responsabilisée**, car chaque journaliste peut voir qu'il est un maillon d'une chaîne et que l'on compte sur lui pour remplir un espace du prochain numéro.

Au fur et à mesure du retour des articles et de leur mise en pages, on imprime les pages prêtes et on les substitue à leur schéma, ce qui **matérialise l'avancement de la réalisation du numéro**. Si votre rédaction a la chance de disposer d'un local permanent, n'hésitez pas à afficher le chemin de fer bien en vue, pour motiver les troupes !



Le planning de bouclage

À côté du chemin de fer, le rédacteur en chef peut aussi préparer un calendrier sur lequel seront indiquées les différentes étapes de la réalisation du numéro (retour des articles et des illustrations, corrections, mise en pages, impression) et pour chacune les dates butoirs à respecter.

Évitez de prévoir le retour des articles le même jour, pour ne pas vous retrouver à mettre en pages tout en même temps ! Pour cela, séparez les sujets « chauds » qui devront être bouclés au plus près de l'impression du numéro (sujets d'actualité par exemple, sorties cinéma, etc.) des articles qui peuvent être préparés à l'avance (sujets de société, jeux, etc.).

>> Pour aller plus loin, voir le guide n°3 « Travailler en équipe »

DE LA MAQUETTE AU TIRAGE : LA REPROGRAPHIE

Ultimes vérifications avant impression !

C'est généralement quand la maquette est bouclée et que le journal peut être imprimé que l'attention se relâche : hâte de tenir le journal entre les mains, bouclage en retard... Prenez le temps de quelques dernières vérifications.

Pour ce faire, imprimez un premier exemplaire papier, **une « épreuve »**, pour contrôler la qualité de la maquette. Validée par vos soins et signée par le responsable de la rédaction, cette épreuve finale **devient le « bon à tirer »**, prêt pour l'impression.

> *Corriger les dernières fautes*

Relisez l'ensemble des textes : avez-vous éliminé toutes les coquilles (fautes de frappe) ? aucune faute d'orthographe ? Les verbes sont-ils bien accordés ? N'oubliez pas que **sur le respect de la langue se joue une partie de la crédibilité de vos écrits**. Disposer d'un **secrétaire de rédaction** qualifié (bon en grammaire et en orthographe !) est à cette étape un atout considérable pour l'équipe.

> *Vérifier l'intégrité de la mise en pages*

Il faut contrôler l'ensemble du journal. La fin d'un texte n'a-t-elle pas disparu pendant la mise en pages ? Les titres correspondent-ils aux articles ? Les légendes sont-elles disposées sous les bonnes photos ? Sont-elles sourcées ? Les illustrations sont-elles lisibles ? Les pages sont-elles correctement numérotées (on parle de « foliotage ») ?

> *Le contrôle de légalité*

L'ultime relecture avant publication doit toujours être faite par **le directeur de publication du journal**. Personnage essentiel, il est celui qui assume la responsabilité civile et pénale du contenu du journal.

Il ne s'agit pas bien entendu d'être en accord avec tout ce qui est publié, mais d'en **garantir le contenu comme conforme au regard de la loi**. Il doit avoir 16 ans au minimum selon la loi de 1881 sur la liberté de la presse.

Par la même occasion, le directeur de publication vérifie que **les mentions légales** sont bien présentes et complètes (nom et adresse de l'éditeur et de l'imprimeur, nom du directeur de publication, dates de parution et de dépôt légal, prix de vente du journal éventuellement).

>> pour aller plus loin, voir le guide n°4
« Droit et déontologie de la presse jeune »

Des questions ? Un problème ? Contactez-nous !

N'hésitez pas à contacter Jets d'encre pour poser vos questions, approfondir les thèmes abordés dans ce guide, nous faire part de votre expérience, participer aux événements de l'association, à nos formations...

Ce sont vos contributions et vos engagements qui permettent à l'association de continuer d'exister et de mener ses actions en faveur de la liberté d'expression des jeunes !

Venez faire un tour sur notre site Internet pour plus d'informations :

www.jetsdencre.asso.fr

Demandez nos autres publications

- > *Les jeunes font leur presse : lancer son journal dans sa ville ou son quartier*
Guide pratique coédité par Jets d'encre et l'Anacej, 2006
- > *Faut-il (encore) avoir peur de la presse lycéenne ? Actes du forum "20 piges !"*
à l'occasion du 20^{ème} anniversaire du droit de publication lycéen, 2011
- > Ressources de l'Observatoire des pratiques de presse lycéenne :
à consulter en ligne sur www.obs-presse-lyceenne.org



Jets d'encre

Association nationale pour la promotion
et la défense de la presse d'initiative jeune

Avec ou sans moyens, avec ou sans aide, mais toujours avec la rage et le plaisir de s'exprimer, les jeunes prennent la parole et créent des journaux dans les lieux de vie qui sont les leurs : au collège, au lycée ou à la fac, dans leur quartier ou leur ville.

Spontanée ou plus réfléchie, cette presse originale reste encore confrontée à de nombreuses barrières - de l'indifférence à la censure - qui sont autant d'atteintes à la liberté d'expression des jeunes.

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.

Réseau indépendant de rédactions jeunes, Jets d'encre existe grâce à elles, pour elles et avec elles : l'association est animée par des jeunes de moins de 25 ans issus de la presse jeune, et la moyenne d'âge de son Conseil d'Administration est de 20 ans.

Association Jets d'encre

39 rue des Cascades 75020 Paris | Tél. : 01.46.07.26.76
contact@jetsdencre.asso.fr | www.jetsdencre.asso.fr

Association de loi 1901 à but non lucratif agréée
« Jeunesse et Education populaire » et « Education nationale »