

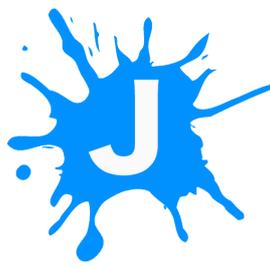
GUIDE PRATIQUE

CRÉE TON JOURNAL DE QUARTIER !



Tu cherches à créer un journal ? Ta rédaction et toi êtes déterminés à vous exprimer sur tous types de sujets ?

Ce guide pratique à été fait spécialement pour vous et pour vous aider à atteindre les objectifs que vous vous êtes fixés !



REMERCIEMENTS

“Ce guide a été créé grâce à l’investissement de nos partenaires : **l’Association nationale des conseils d’enfants et de jeunes** (Anacej) et le **Réseau National des Juniors Associations** (RNJA). Ils ont apporté leur expertise et leur bienveillance tout au long de la création de ce guide.

Nous souhaitons remercier **Cled’12, Xavier DABAN, Yohan LACROIX** et **Charb** pour les dessins réalisés il y a quelques années mais toujours d’actualité.

Un merci particulier à **François PETIT**, animateur du haut conseil des enfants confiés de l’Allier, et à Jérôme RUCHOU, Président rédacteur en chef du journal jeune Epix.

Nous remercions particulièrement le Ministère de la Culture qui, par son soutien, a permis de réaliser ce guide.

Merci aux bénévoles de Jets d’encre.”



LIBERTÉ D’EXPRESSION

La **liberté d’expression** est l’un des droits fondamentaux de l’individu. Chacun doit pouvoir exprimer ses opinions et les faire entendre. Sans cette liberté, il ne peut y avoir de véritable débat d’idées, et donc de démocratie. Cependant il ne suffit pas d’avoir le droit de s’exprimer : encore faut-il avoir **les moyens de cette expression**.

La création d’un journal est un moyen efficace de s’approprier la liberté d’expression. C’est un instrument de **citoyenneté**, et de **dynamisation** de sa ville ou de son quartier. Il permet d’exprimer une parole différente, jeune et légitime, et de s’affirmer en tant qu’acteur de la démocratie.

Les journaux de quartier et de ville sont extrêmement divers : les rédactions rattachées à une structure, et leurs membres peuvent être accompagnés par une personne de la structure.

Ce guide s’adresse autant aux journalistes jeunes qu’à leurs éventuels accompagnateurs.

Directeur de publication : Youenn LOUEDEC DEBROISE, Président de l’association Jets d’encre

Coordination du projet : Marine BOIN, Mélanie SUHAS, Clémence LE BOZEC

Conception graphique : Nihed HAMZI, Emilie KWASNIK, Cécilia POTTIER (www.canva.com)

Editeur : Association Jets d’encre, 23, rue Dagorno - 75012 PARIS

Impression : imprimerie spéciale

Dépôt légal : avril 2024 - 3ème édition - dépôt légal à parution - Guide pratique gratuit

Ce guide est une réédition à partir d’une publication créée en 2007, mise à jour en décembre 2017, et nouvellement en janvier 2024.

Actualisation 2024 : Emilie KWASNIK, Cécilia POTTIER

CRÉE TON JOURNAL DE QUARTIER !

I – DE L’ENVIE DE S’EXPRIMER A LA CREATION D’UN JOURNAL JEUNE

p. 4

- Monter une équipe
- Une identité à construire
- La distribution des rôles
- Écrire pour être lu
- Assurer la communication externe

p. 5

p. 6

p. 9

p. 13

p. 16

II – LE CADRE D’UNE EXPRESSION LIBRE

p. 17

- La liberté d’expression : son cadre juridique
- Les limites de la liberté d’expression
- La déontologie de la presse jeune

p. 18

p. 20

p. 23

III – TROUVER LES MOYENS

p. 24

- Trouver les financements
- Les outils du travail collaboratif
- Opter pour le journal web, comment faire ?

p. 25

p. 26

p. 28

IV – ANNEXES

p. 29

- Présentation des associations
- Extraits de textes de loi abordés

p. 30

p. 31

- | -

DE L'ENVIE DE S'EXPRIMER À LA CRÉATION D'UN JOURNAL JEUNE

Avoir envie de créer un journal jeune et partager ce projet à plusieurs est la première étape.

Une rédaction se forme lorsque des rédacteurs veulent faire entendre leurs voix ensemble dès lors le principal défi est de répondre à quelques questions simples mais essentielles :

Qui sommes nous ?

Que voulons-nous faire ?

Quel message voulons-nous exprimer ?

De quels moyens disposons-nous ?

Mettre des mots sur l'engagement et l'envie d'écrire rend le projet plus concret et permet d'y adapter les moyens techniques.

Ce sont les choix faits par l'équipe de rédaction qui feront l'identité du journal.

MONTER UNE ÉQUIPE

Les premiers pas

Une équipe qui fonctionne est une équipe soudée, dynamique, capable de faire durer son journal d'un numéro à l'autre.

La première étape est de créer une équipe. Se posent alors les questions suivantes : quel est le nombre idéal de rédacteurs ? Faut-il des critères de recrutement (âge, situation géographique, centres d'intérêts...) ? Quels rôles attendre des futurs collaborateurs ? etc. Il n'y a ni bonne, ni mauvaise réponse. Les réponses à ces questions varient bien évidemment d'une rédaction à l'autre et peuvent évoluer dans le temps.

Une fois que ces questions sont résolues, **la campagne de recrutement peut être lancée**. Rien de plus simple et efficace que l'affiche, à placarder sur les panneaux d'information de la ville (après avoir demandé à la mairie), dans des centres culturels comme les salles des fêtes, ou encore dans les locaux associatifs tels que les MJC (Maisons des Jeunes et de la Culture), la maison des associations, etc.

Cependant, l'affiche n'est pas le seul moyen d'attirer l'attention : pourquoi ne pas demander à une mairie un encart dans le bulletin municipal ou encore faire usage des réseaux sociaux ? Il ne faut pas oublier que le périmètre de distribution influera sur les lieux où se fera la communication.

Une fois l'équipe recrutée, organiser une première réunion afin de faire connaissance est primordial. Mieux l'équipe se connaîtra, plus il sera facile de travailler ensemble.

Opter pour le journal web : quelles différences avec un journal papier ?

Créer un journal web peut permettre de faciliter la diffusion du journal : il n'est alors plus nécessaire de trouver des moyens d'imprimer, ni d'adapter la maquette à chaque article.

Cependant, il faut être conscient que le journal en ligne est un média à part entière, avec des règles et des codes qui diffèrent grandement de la presse papier.

Sur internet, les informations circulent en continu, sans interruption et peuvent être rediffusées quasi immédiatement. **Un site qui n'est pas mis régulièrement à jour est rapidement oublié**. Il faut donc prévoir une stratégie de publication précise. De plus, la lecture approfondie des articles en ligne est souvent difficile, du fait de nombreuses simulations visuelles. La recherche de moyens d'accrocher le lecteur est donc d'autant plus nécessaire.





Question à Jérôme Ruchou,

Président et rédacteur en chef du journal Epix, à Limoges (Haute-Vienne)

Comment garantir une cohésion d'équipe quand les rédacteurs viennent des quatre coins de la France ?

“Il est toujours difficile de réunir l'équipe au complet même pour un journal où les membres sont concentrés dans une seule ville. Mais c'est souvent au rédacteur en chef de s'assurer que l'information soit bien transmise et que les délais que demande un journal mensuel soient respectés. Groupes sur le web et réunions nous permettent de nous y retrouver à chaque fois.”

UNE IDENTITÉ À CONSTRUIRE

Le projet éditorial

Lors de la première conférence de rédaction, il est important de définir collectivement un projet éditorial clair, qui répond à la question : “Quels objectifs pour le journal ?”. Le journal est-il un lieu où l'on fait entendre sa voix, en créant un espace de débat sur des sujets politiques ou de société ? Est-il l'occasion de faire ressortir la fibre artistique des lecteurs en leur parlant des actions culturelles de la ville et en leur faisant connaître artistes, street-art, poésie... ? Ou encore représente-t-il un support d'informations locales ?

La deuxième question à se poser est : “Quel est le style du journal ?”. Beaucoup d'options s'offrent aux membres de l'équipe. Préfèrent-ils informer leurs lecteurs de la manière la plus neutre possible ? Ou adopter un style satirique, voire grinçant ? Et pourquoi ne pas mettre à profit ses qualités rédactionnelles pour charmer le lecteur ? Ceci donnera le ton au journal et fera son originalité.



PROPOSITION D'ANIMATION POUR DÉFINIR VOTRE LIGNE ÉDITORIALE

Des post-it sur lesquels les membres du groupe écrivent le maître-mot de leur projet en un mot, un verbe, une phrase courte : drôle, gai, changer le monde, parler de ce dont on ne parle pas ailleurs... Puis, en s'appuyant sur cette production, il est possible de hiérarchiser et éliminer les propositions sur lesquelles tout le monde n'est pas d'accord.

Ce temps de débat ludique permettra de clarifier ses idées, et de les partager. Si le groupe sèche sur le titre, en revanche, la méthode du brainstorming est la meilleure. Elle permet d'être plus créatif en laissant libre cours à son imagination.

- ① *... organiser une bande de potes motivés et définir le contenu du journal...
... faire un journal est un travail d'équipe...*



Quelle que soit la raison qui motive la création d'un journal, les objectifs doivent être signalés aux lecteurs. L'idéal est de créer un univers que les lecteurs identifieront au premier coup d'œil, dès les premières lignes du journal. Le choix du titre du journal est par exemple essentiel. Moment souvent ludique, sa recherche peut également permettre de clarifier le projet au sein même de l'équipe.

Un tableau suffit pour noter toutes les propositions (même les plus loufoques) pour aboutir à un titre.

A partir de ces temps de travail, il sera possible de mettre en relation les idées avec les styles d'articles souhaités : billets d'humeur, reportages, dessins humoristiques...

Donner de l'originalité à la publication : l'identité visuelle

Au-delà du **titre**, pour créer une signature, rien de mieux que de posséder une identité visuelle forte. Le **logo** est une pièce majeure de cette identité.

Que les dessinateurs sortent leurs crayons à papier et qu'ils créent une **mascotte** qui pourra être déclinée selon les envies ! Elle peut tisser un lien entre tous les numéros et les lecteurs seront ravis de la retrouver à chaque nouvelle lecture.

Une **typographie** spécifique peut de même contribuer à cette signature, ainsi qu'une jolie couleur et une **police** originale (qu'on peut trouver gratuitement sur internet sur le site "www.dafont.com").



Source : <https://photos.jetsdencre.asso.fr/expresso/2024/selection-officielle>

Trop de couleurs et de polices différentes peuvent nuire à la lisibilité, attention à ne pas trop en faire. Une bonne pratique est d'utiliser la même police pour le corps de texte à travers toute la publication et de ne pas dépasser **trois polices** utilisées, titre compris.

Le but est de trouver ce qui rend le journal identifiable parmi d'autres. Tous ces choix de mise en page peuvent être rassemblés dans une **charte graphique**, qui est le premier élément à mettre en place par le maquettiste, et qui permettra de conserver l'identité visuelle du journal tout au long de celui-ci, même après le renouvellement potentiel de l'équipe.



TECHNIQUE D'ANIMATION "J'AIME OU J'AIME PAS" POUR TROUVER PLUS FACILEMENT L'IDENTITÉ VISUELLE DU JOURNAL

Pour alimenter la réflexion, il peut être intéressant de regarder d'autres journaux : des journaux professionnels, mais aussi d'autres journaux d'initiative jeune.

C'est en consultant ce que font les autres qu'il est possible de se situer. A partir d'exemplaires on peut proposer un jeu tout simple ("j'aime, j'aime pas et pourquoi") pour imaginer sa propre identité.

LA DISTRIBUTION DES RÔLES

Dans une rédaction, chaque personne est importante et chacune a son rôle à jouer.

Chaque rôle est décisif : il peut s'agir d'un domaine que l'on connaît déjà et que l'on souhaite approfondir personnellement, comme le dessin de presse ; il peut aussi s'agir d'une compétence que l'on ne maîtrise pas et que l'on veut acquérir, comme la mise en page, qui repose sur la connaissance de logiciels spécifiques.

Il est conseillé à chacun d'avoir un rôle défini et constant sur l'année. **Chaque rédaction trouve assez rapidement son rythme de travail.** Certains pourront par la suite être amenés à cumuler plusieurs postes pour des raisons pratiques ou personnelles. Bien que ces situations soient à éviter, elles sont plus courantes.

Voici une liste non exhaustive des rôles existants :

- Les rédacteurs : ce sont les personnes qui écrivent des articles de façon régulière. Leur travail peut se décliner selon les spécialités de chaque rédacteur dans un domaine particulier (chroniqueur, reporter, éditorialiste, etc.) ou selon les thèmes qu'ils veulent traiter (actualités, société, culture, etc.).
- Les illustrateurs : travail essentiel pour l'aspect visuel du journal. Cela inclut les photographes, les dessinateurs, les graphistes ou encore les infographistes.
- Les maquettistes : ils s'occupent de toute la mise en page du journal, plaçant avec harmonie et logique les illustrations et les textes.
- Community manager : ce rôle consiste à gérer les réseaux sociaux d'une structure. Avoir un community manager permet d'être réactif et de dynamiser les supports de communication pour le journal. Ce n'est pas parce que le nom de ce rôle est anglais qu'il ne vaut que pour les journaux web : il est tout aussi essentiel pour les journaux papiers.
- Webdesigner : c'est l'équivalent du maquettiste, mais pour les journaux web. Il s'occupe du design du site du journal et est parfois responsable de la communication.
- Webmaster : il actualise le site et gère les forums de discussion, etc.



Très vite une nouvelle question émerge :
“**Qui est responsable ?**”.

C'est pour cette raison qu'un journal ne peut exister sans directeur de publication, rôle indispensable. Il s'agit de la personne juridiquement responsable du contenu (texte et illustrations) devant la loi. Son travail est de relire la version finale du journal, avant chaque impression et distribution. Il doit vérifier la légalité du contenu. **Le directeur de publication doit être âgé d'au moins 16 ans.**

Pour organiser une équipe de travail, des rôles comme celui du rédacteur en chef et du secrétaire de rédaction sont utiles.

- Rédacteur en chef : c'est l'animateur de l'équipe. Il organise les conférences de rédaction, qui sont des réunions régulières (toutes les semaines, une fois par mois... selon le rythme de parution) pendant lesquelles toute l'équipe s'exprime, débat, afin de prendre des décisions : sujets à aborder dans le prochain numéro, élaboration du chemin de fer*, débriefing sur le dernier numéro, mise en commun du travail fait, etc.
- Secrétaire de rédaction : rôle moins répandu chez les journaux jeunes, il collecte les articles et les relit afin de corriger les fautes de frappe. Il peut de même apporter de l'aide à un rédacteur pour la forme de son article en lui proposant d'autres tournures de phrases, par exemple. Dans les rédactions de petite taille, ce rôle est souvent tenu par le rédacteur en chef. Cela n'empêche pas les autres membres de l'équipe de rédaction de se relire et de se corriger afin de lui alléger le travail.
- L'accompagnateur : dans certaines rédactions de journaux jeunes, il existe également un autre rôle, celui de l'**accompagnateur** du projet.

Le rédacteur en chef doit garantir le bon fonctionnement de l'équipe de rédaction.

C'est lui qui s'assurera de la remise, en temps et en heure, des articles afin de tenir les délais de publication. Ses mots mots d'ordre sont animation, organisation et cohésion.

Lorsque le projet du journal se fait avec le soutien d'une institution, d'une association ou d'une collectivité territoriale.

ON NOUS LANCE ... ET APRÈS

VA ZY ! DIS QUE
C'EST UN GROS CON !



Lorsque le projet du journal se fait avec le soutien d'une institution, d'une association ou d'une collectivité territoriale, un accompagnateur, référent du projet auprès de la structure, est souvent désigné.

Son rôle varie en fonction du contexte de la création du journal : ce peut être **une personne référente pour l'édition du journal** (qui s'occupe de la photocopie ou de l'impression), pour sa diffusion ou encore, dans la création du journal, pour sa maquette.

Lien privilégié entre la structure et la rédaction, sa place est décidée collectivement, et peut être amenée à changer. L'équipe de rédaction doit pouvoir s'exprimer sans être bridée et ce même avec le suivi d'une personne clé (ou d'une collectivité) qui peut les accompagner dans leur prise de responsabilités.

Chaque rédaction doit trouver son propre fonctionnement, mais des rendez-vous réguliers avec l'accompagnateur pour discuter de l'état d'avancement du projet, de problèmes internes à l'équipe, peuvent être un bon début pour parvenir à un équilibre.

Un accompagnement sur-mesure

Pour les adultes qui soutiennent une rédaction, il est utile de mesurer sa place. Il s'agit de trouver **un équilibre en se mettant en retrait tout en étant présent si besoin**. Il faut surtout éviter de se poser "maître à bord", de faire peser le risque de dépendance et plus généralement de brider l'expression. Il est donc important de trouver un juste milieu entre le groupe de rédacteurs et l'accompagnateur en faisant des points réguliers sur le fonctionnement.

Il est essentiel d'éviter tout risque d'autocensure, d'où l'importance du débat d'idées. Le choix du contenu des articles doit rester libre. Il est important pour l'accompagnateur de respecter les capacités d'initiative et le désir d'autonomie des membres de l'équipe.

Il a souvent le rôle de personne ressource favorisant l'avancée du projet. Cela passe par un véritable décryptage des besoins des rédacteurs, tâche parfois difficile : il s'agit de comprendre le projet sans émettre de jugements ou imposer ses propres idées.

L'accompagnateur doit savoir à tout moment adapter son comportement à la situation et aux attentes de l'équipe de rédaction.





RÉALISER UN JOURNAL EST SOUVENT L'OCCASION DE SE DÉCOUVRIR DES COMPÉTENCES

Si leur apprentissage peut se faire spontanément, un apport de contenu ou un petit "coup de pouce" sous la forme de formations peut être bénéfique. Ces formations peuvent couvrir différents aspects allant de la pratique d'écriture journalistique, de la construction d'une équipe, aux principes de droit et déontologie. Elles sont aussi utiles aux journalistes jeunes qu'aux personnes présentes dans leur environnement : accompagnateur, représentant de la structure, afin de construire un dialogue. Jets d'encre propose des formations adaptées aux besoins, toutes les informations sont disponibles sur le site de l'association.



Questions à François Petit, du comité jeune de Lallier :

Pouvez-vous nous expliquer le contexte de création du journal que vous accompagnez ?

"I.D'ado, le magazine du Conseil départemental des jeunes de l'Allier est né de la rencontre d'une double volonté : celle d'un groupe de collégiens désireux de décrire (et d'écrire sur) leur vision du monde et celle d'élus adultes qui ont souhaité laisser "carte blanche" à des jeunes pour qu'ils s'expriment avec une condition : la rigueur d'une démarche journalistique.

Je commencerai par "il était une fois" pour décrire la naissance un peu surréaliste du premier numéro d'I.D'ado #1. Un château perdu dans une forêt, un lieu isolé du monde, sans réseau ni 4G, ni 3G, nada, des jeunes venus pour un projet d'écriture afin de découvrir le journalisme.

Une première rencontre avec l'équipe de Jets d'encre dans ce contexte atypique et à l'issue du week-end : quatre pages avec un titre, une identité visuelle, une équipe éditoriale, bref : un magazine !

Le #2 a vu le jour dans un croisement d'actualités, en 2015, au moment où la vie politique locale (départementale) accueillait la parité Femme/homme et que la France basculait dans l'horreur terroriste.

Une période délicate. [...] Les collégiens investis dans le projet ont relevé le défi d'écriture sur des éléments porteurs d'espoir : la parité, la forte mobilisation des Français pour défendre la liberté. Je crois que c'est à ce moment qu'ils ont relevé le projet d'écrire sur des éléments porteurs d'espoir : la parité, la forte mobilisation des Français pour défendre la liberté. Je crois que c'est à ce moment qu'ils ont réellement contracté la rage d'écrire."

Comment définiriez-vous votre rôle au sein du journal et de l'équipe ?

“J’ai accepté le rôle de directeur de publication que m’a attribué l’équipe et qui ne [pouvait] être assumé que par une personne majeure [avant le changement de loi].

En tant qu’animateur j’ai alors une mission complexe car je suis au cœur d’un “écosystème” : les jeunes, les parents avec lesquels il faut négocier la place de l’engagement citoyen dans l’emploi du temps de leur enfant, l’Education Nationale avec laquelle il faut se placer en complémentarité, le monde professionnel et les acteurs associatif indispensables à la démarche journalistique mais ne sachant pas toujours limiter leur intervention.

Enfin, il faut séduire, surprendre et rassurer les élus par des écrits de qualité et des traitements de sujet originaux.”

Qu’est-ce qui vous apporte le plus de satisfaction dans votre rôle d’accompagnateur ?

“Voir une production concrète émaner de ce travail des jeunes, reconnu pas seulement pour sa démarche mais également pour son résultat.

Voir ces jeunes grandir par l’écriture et les rencontres qu’ils font, leur permettre de réutiliser leurs compétences dans d’autres domaines.

Il y a un enjeu d’autonomie pour ces jeunes dans la pratique journalistique. mais je ne suis pas de ceux qui demandent aux jeunes d’être plus autonomes sans leur en donner les moyens. La société adulte leur dit parfois : “Jeunes gens, on vous aime bien, mais veillez à ne pas trop déranger la sphère adulte qui vous entoure.””



ÉCRIRE POUR ÊTRE LU

Un article n’est pas une rédaction scolaire ! Il n’est pas nécessaire de construire des plans qui poussent souvent à privilégier la conclusion au détriment de l’information essentielle. C’est dans les premières phrases que tout se joue : si l’information fournie est pertinente et intéressante, le lecteur a intérêt à continuer sa lecture pour en savoir plus.

Pour accompagner les jeunes dans cette entreprise, Jets d’encre propose désormais une formation et un guide pratique intitulé “**Écrire pour être lu, vu et entendu**”.

Définir le message principal et l'angle

- **La règle des 3QOCP**

Pour que l'article soit clair et le moins incomplet possible, il est pertinent de se poser au préalable ces 6 questions de base : "Qui ? Quoi ? Quand ? Où ? Comment ? Pourquoi ?" et faire en sorte que l'article y réponde autant que possible. Cela permettra de rendre plus clair les enjeux de l'article.

- **L'angle**

L'angle définit la manière dont va être abordé un sujet. Choisir un angle pertinent est important pour que son papier soit intéressant, et puisse trouver son lecteur. L'angle d'un article est bien souvent contraint par la ligne éditoriale d'un journal. Le Figaro et l'Humanité ne choisiront sûrement pas un angle commun pour traiter un sujet identique. L'angle se définit par trois paramètres : **le choix du point de vue, le traitement du sujet et le choix de ses sources**. Le rédacteur se doit autant que possible d'être original et pertinent tout en étant réaliste sur ses possibilités : mieux vaut éviter de choisir des sources impossibles à collecter...

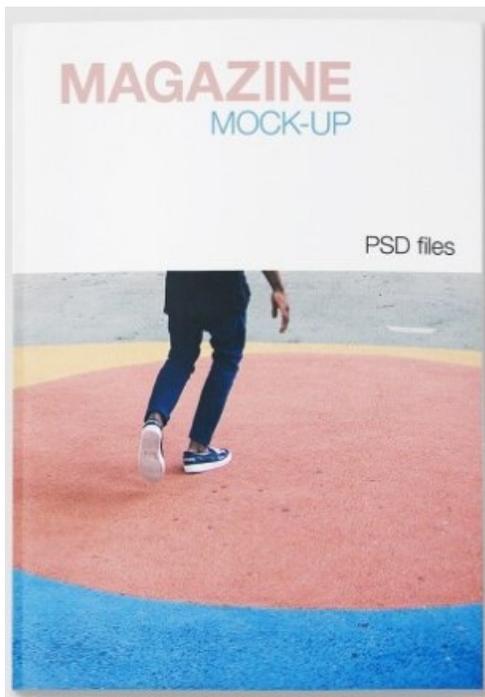


Différents genres journalistiques

La forme de l'article se décide en fonction d'objectifs différents : la façon de hiérarchiser et de valoriser l'information, le fait d'accentuer le caractère subjectif ou objectif du traitement de l'information, et l'offre d'une gamme variée de types et formats d'écriture au lecteur.

- **Le compte rendu** : il aborde un événement en s'intéressant aux faits, sans commentaire, ni analyse. Il peut être agrémenté d'éléments descriptifs ou de citations.
- **Le reportage** : le reporter s'imprègne du sujet et en rend compte en plongeant le lecteur au cœur de l'événement. Le style d'écriture, riche et descriptif, doit donner au lecteur l'impression d'y être.
- **L'interview** : elle consiste à obtenir des informations ou des opinions d'un sujet. Il ne faut pas hésiter à utiliser le langage parlé.
- **La brève** : information courte sur un fait d'actualité, souvent présente en colonne.
- **Le filet** : c'est le traitement court d'un fait d'actualité mais dont l'importance supérieure à une brève réclame un titre. Souvent en colonne.
- **Le billet** : il s'agit d'un article assez court de commentaire ou d'humeur sur un fait d'actualité. Cet exercice très lié au ton propre du rédacteur évolue entre gravité, légèreté et impertinence.
- **L'éditorial** : en général rédigé par le rédacteur en chef, c'est une prise de position qui requiert une certaine "hauteur de vue" sur un événement de l'actualité ou une problématique.

LA UNE "MAGAZINE"



LA UNE "QUOTIDIEN"



Source : <https://fr.freepik.com/>

Cette liste est à compléter avec la **chronique** (rendez-vous régulier proposé aux lecteurs sur un thème), la **critique** (avis du journaliste sur la qualité, l'intérêt d'un spectacle, par exemple), et le **portrait** (description d'une personnalité croisant différents types d'informations : rencontre et interview, témoignages d'autres personnes...).

Les bases d'une maquette efficace : habillage des articles

La maquette est en quelque sorte le "costume" du journal. Elle est le reflet visuel de la ligne éditoriale. Voici quelques conseils incontournables pour obtenir une maquette efficace. Pour l'organisation des pages, rien de tel que la conception d'un **chemin de fer** avec toute l'équipe lors d'une conférence de rédaction.

La place de chaque article et illustration, ainsi que leur taille (nombre de caractères pour les articles et dimensions pour les illustrations) seront déterminées à ce moment.

La **Une**, première page du journal, existe en deux types : la Une "magazine" qui s'appuie essentiellement sur l'image en arrière-plan, et la Une "quotidien" qui peut déjà donner à lire quelques articles et qui est plus adaptée aux grands formats (cf. illustrations).

Le nombre de colonnes a une grande importance. Une seule colonne fatigue l'œil du lecteur et diminue les chances que ce dernier lise l'article jusqu'au bout. Le nombre de colonnes peut varier selon le format du journal. Plus la page est grande et plus il est tentant d'en ajouter. Cependant il est conseillé de laisser des espaces suffisants, ou d'ajouter une bordure entre chacune d'entre elles plutôt que d'en rajouter.

Les **gabarits** sont des modèles de page réutilisables par le maquettiste, permettent de gagner du temps et de renforcer l'identité visuelle du journal. Par exemple, un même gabarit appliqué à toutes les pages "culture" permet au lecteur de reconnaître au premier coup d'œil de la rubrique.

Attirer les lecteurs quand on est un journal web

Comment faire pour attirer les lecteurs sur un site ? La mise en ligne régulière d'articles peut être une bonne stratégie. Sans parler de fréquence à respecter, il est important de montrer au lecteur que le site est dynamique pour l'inciter à y revenir spontanément. L'absence de nouveaux articles risque au contraire de désintéresser le public. Diffuser un planning des différentes sorties d'articles et autres événements importants est un autre moyen de créer une attente chez le lecteur et de rendre la publication d'autant plus attractive.

ASSURER UNE COMMUNICATION EXTERNE

La communication externe à la publication est un ressort essentiel du succès du journal. Elle peut prendre différentes formes et temporalités : une **affiche** invitant à rejoindre la rédaction ou annonçant la date de parution du prochain numéro... Il est tout à fait possible de déposer ces affiches dans les lieux fréquentés après l'obtention d'un accord : MJC (Maison des Jeunes et de la Culture), CIO (Centre d'Information et d'Orientation), Maison des associations, Centre social, panneaux d'affichages des mairies mais aussi des commerces de proximité par exemple. Il n'y a rien à perdre à demander aux commerçants d'apposer une affiche sur leur porte ou un tas de tracts au niveau de la caisse.

Internet est devenu un outil essentiel pour une communication efficace. Il est courant d'avoir recourt à des newsletters racontant les actualités de la rédaction.

Elles peuvent aussi bien évoquer l'état d'avancement d'un numéro, l'annonce de la sortie du journal, que des appels à participations pour des événements ou des articles dans le cadre d'un numéro spécial. La mise en page d'un site web ou d'un blog centralisant toutes ces informations peut s'avérer utile.

Les réseaux sociaux permettent de renforcer la proximité avec le lectorat. Ceci en partant de Facebook, toujours utilisé par les plus âgés, jusqu'au fil de Twitter pour relayer les informations importantes de la publication, en passant par Instagram, Youtube, voire même Snapchat ou encore TikTok. Cela **permet de renforcer la proximité avec le lectorat.** Pour un contenu plus visuel, Tumblr peut être une alternative à explorer.

Attention toutefois : ces plateformes d'échange sont à double tranchant. Elles demandent une réactivité accrue aux commentaires et remarques des internautes qui n'hésiteront pas à exprimer ce qu'ils pensent de votre journal. Il peut être intéressant de nommer un webmaster.



- II -

**DE L'ENVIE DE S'EXPRIMER A LA
CRÉATION D'UN JOURNAL
JEUNE**

Tout individu a le droit à la parole et la possibilité de s'exprimer librement par le biais d'un journal.

Mais ce droit implique des obligations et des responsabilités qui sont à connaître et à assumer : les délits de presse fixent des limites à cette liberté d'expression, pour les journalistes professionnels comme pour les journalistes jeunes.

Écrire dans un journal implique de s'interroger sur sa responsabilité personnelle de journaliste et de respecter la déontologie de la presse.

LA LIBERTÉ D'EXPRESSION : SON CADRE JURIDIQUE

La liberté d'expression est un droit fondamental reconnu par la **Déclaration Universelle des Droits de l'Homme et du Citoyen** de 1798 et, pour les mineurs, par la **Convention Internationale des Droits de l'Enfant** de 1989. Le cadre général des publications papier en France est la **loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse**.

Bon à savoir :

Le directeur de publication doit avoir 16 ans révolus. Il est le seul responsable, civilement et pénalement, de la publication : il a donc légitimement un droit de regard sur la maquette et les écrits du journal. Si aucun des membres du journal n'a plus de 16 ans, il est possible de solliciter un personne de son choix ayant l'âge requis. Si la publication est celle d'une structure qui l'accompagne, le directeur de publication sera le président ou le directeur de la structure. Si le journal est celui de la ville, le directeur de publication sera le maire ou l'élue en charge de ce projet.

Il est mieux dans cette situation que les “**règles du jeu**” (organisation, rédaction, relecture etc.) soient claires entre tous, afin d'éviter l'incompréhension ou le conflit.

Si les journalistes jeunes souhaitent gérer leur journal de 1 à Z en assumant les responsabilités qui en découlent, ils ont la possibilité de créer une association dont le président sera le directeur de publication. Il ne faut pas pour autant hésiter à demander le soutien d'une structure ou de la mairie en cas de difficultés ou de doutes.

Pour les journaux imprimés, certaines mentions légales sont obligatoires et sont obligatoires et sont en principe présentes dans “l'ours”. C'est un encadré souvent placé sur les dernières pages du journal avec le nom du responsable de publication, l'adresse de correspondance du journal, le nom et adresse de l'imprimeur (si le journal est imprimé par ses membres, c'est “imprimerie spéciale” qui est alors indiqué), la date de parution, le prix de vente et la mention “Dépôt légal”, suivie du mois et de l'année du dépôt.



Un **dépôt légal** doit être fait pour chacun des nouveaux numéros. Lors de la première parution, le directeur de publication doit remplir un formulaire auprès de la Bibliothèque Nationale de France puis leur envoyer deux numéros de chacun des exemplaires du journal. Ce dépôt permet la constitution d'une "collection patrimoniale" mise à disposition de ceux qui en font la demande.

Comment assumer la responsabilité de publication ?

La liberté d'expression constitue un droit fondamental reconnu à tous les citoyens, quel que soit leur âge : pour les jeunes mineurs en particulier, la **Convention Internationale des Droits de l'Enfant**, ratifiée par la France en 1990, affirme dans son article 13 :

“L'enfant a droit à la liberté d'expression. Ce droit comprend la liberté de rechercher, de recevoir et de répandre des informations et des idées [...] sous une forme orale, écrite, imprimée ou artistique, ou par tout autre moyen de [son] choix.”

Depuis la loi Egalité et citoyenneté de janvier 2017, **le droit de publication est reconnu par la loi dès 16 ans**. En effet l'article 6 de la loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse a été modifiée, et dispose désormais que les **“mineurs de 16 ans révolus” peuvent être directeurs de publication**.

A noter que les élèves des lycées publics peuvent faire le choix d'un statut dérogatoire leur permettant d'assumer la responsabilité d'une publication diffusée à l'intérieur du lycée.

Par défaut (s'il n'y a pas de jeune ayant l'âge requis dans l'équipe de rédaction) ou par choix, **il est possible de déléguer cette responsabilité à une personne de confiance** qui soutient le projet de journal.

Il peut être utile, voire prudent, de rédiger une charte ou une convention qui permette de clarifier l'intervention de toutes les personnes concernées.

Pour les journaux qui recherchent plus d'indépendance, il peut être intéressant de former une association loi de 1901 (c'est possible à partir de 16 ans) ou bien une Junior Association (à partir de 12 ans).

Le statut de Junior Association fournit une structure souple pour monter le projet de journal pas à pas. C'est alors le Réseau National des Juniors Associations qui assure la responsabilité de la publication, en échange d'un engagement de la part de la rédaction à faire part de ses éventuels doutes concernant la légalité des articles, et à respecter les principes déontologiques de la "Charte des journalistes jeunes".

Attention : selon le cadre de publication de votre journal, des règles plus précises peuvent aussi s'appliquer : le règlement intérieur d'une association, une convention avec une collectivité qui finance le journal...

Mais en aucun cas, ces règles ne peuvent s'opposer ou restreindre le droit à l'expression des jeunes.



Et les journaux web ?

Comme les journaux papiers, 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 et de la loi de 2004 pour la confiance dans l'économie numérique (LCEN). Ils peuvent donc assumer la direction de publication dès 16 ans et s'interdisent les mêmes délits de presse. Sur internet, chacun est responsable de ses écrits. Lorsque l'auteur est mineur, ses responsables légaux engagent leur responsabilité civile.

LES LIMITES DE LA LIBERTÉ D'EXPRESSION

La liberté d'expression est un droit fondamental. Néanmoins, ceux qui l'exercent se doivent d'assumer certaines responsabilités. Si on peut parler de tout on ne peut pas en parler n'importe comment. La liberté d'expression est donc limitée par deux principes : la protection des personnes et la protection de l'ordre public.

Qu'est-ce qu'un délit de presse ?

Les délits de presse sont un ensemble d'infractions punies par la loi. Il en existe deux types : les atteintes à la personne et les troubles à l'ordre public.

- La diffamation : *“toute allégation ou imputation d'un fait qui porte atteinte à l'honneur ou à la considération d'une personne ou d'un corps”* (article 29 de la loi de 1881). Elle consiste à attribuer **un fait précis à une personne identifiable dans l'optique de volontairement lui faire du mal** que ce soit publiquement ou non. Cela n'interdit en rien la critique mais préserve le respect des personnes.
- L'injure : *“toute expression outrageante, termes de mépris ou invective qui ne renferme l'imputation d'aucun fait”* (article 29 de la loi de 1881). Souvent liée à la diffamation mais sans se baser sur un fait précis, l'injure rend compte de la **volonté de nuire gratuitement à l'image d'une personne**.
- Les atteintes au droit à l'image et au respect de la vie privée. L'acte de photographier une personne et la publication de cette photographie **sans son autorisation** par exemple, ou bien la **divulgaration** d'éléments personnels sur une personne, en font partie.
- Les troubles à l'ordre public : provocation aux crimes et délits, à la discrimination sexuelle, raciale, à la haine ou à la violence. Cela recouvre les **incitations** à commettre un acte illégal, comme consommer de la drogue, ou bien **discriminer** des personnes.

Il est important de créer un climat propice à la discussion et au débat, notamment autour d'un délit de presse potentiel dans un article. Si un accompagnateur est présent au sein de la structure, il peut prendre un rôle de personne-ressource, apportant conseils, documents et suscitant des questionnements déontologiques. **Il est important qu'il n'exprime aucun jugement moral sur le contenu ou la qualité des écrits, ce rôle incombant d'abord au rédacteur en chef et aux lecteurs du journal.**

Une connaissance des définitions des différents délits de presse est nécessaire pour répondre aux questions les plus pressantes, ou aux doutes quant à la légitimité et la légalité d'une publication (*voir p.32 les structures à contacter en cas de doute*).

Le droit d'auteur et de reproduction

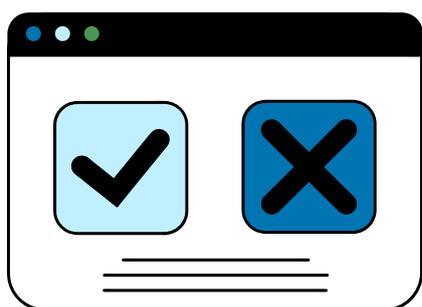
Lorsqu'on publie une œuvre comme une image (photographie, reproduction, dessin, etc.), une vidéo, un texte ou autre, il est important de respecter le "droit d'auteur" qui protège le propriétaire de l'œuvre. Derrière la notion de droit d'auteur, il faut distinguer les "droits moraux", qui empêchent l'œuvre d'être modifiée et les "droits patrimoniaux". Ces derniers perdurent jusqu'à 70 ans après le décès de l'auteur, il est donc indispensable d'obtenir l'accord de l'auteur au préalable, pour la reproduire dans un journal.

Il existe deux "types" d'images dites "**libres de droits**" :

- lorsque la création est tombée dans le "domaine public", la création ou l'invention peut être réutilisée librement.
- lorsque son exploitation est autorisée dans certaines conditions : on parle de "licence libre". Il s'agit de créations toujours protégées par le droit d'auteur, mais librement diffusées selon la volonté de leurs auteurs. **Le public peut donc effectuer certaines utilisations, sous les conditions de la licence.**

Plusieurs sites internet permettent de trouver des images libres de droits gratuitement, notamment :

- <https://pixabay.com/fr>
- <https://www.pexels.com/fr>
- <https://unsplash.com/fr/>



Les images "**non libres de droit**" :

Comme tous les éléments présents sur internet, les images non libres de droit sont soumises au droit d'auteur et ne peuvent être utilisées que si l'auteur en a donné explicitement son accord. Il est obligatoire d'associer le nom de l'auteur. Il est d'usage d'indiquer des mentions ou "crédits" sous chaque image.

Exemple : © [nom du photographe et/ou nom du journal] - Tous droits réservés - [date de la publication].

Attention, ces mentions ne jouent qu'un rôle informatif vis-à-vis du public. **Il est toujours nécessaire d'avoir l'autorisation de l'auteur** pour la publication d'un contenu.

Comment réagir à un délit de presse au sein de la rédaction ?

Que la rédaction soit constituée d'amis qui se connaissent depuis longtemps ou de personnes ne s'étant jamais rencontrées, le conflit peut vite arriver autour d'un contenu présentant un délit de presse. Ce genre de cas est rare, mais il est important de pouvoir le gérer sans créer de contentieux. Que le directeur de publication soit un journaliste jeune ou un accompagnateur, le délit de presse doit toujours être pris au sérieux.

Si l'article n'est pas encore publié et le délit de presse découvert pendant la relecture des articles, il est nécessaire d'en informer le rédacteur en chef, responsable du groupe de rédacteurs. **Ce dernier signifiera au journaliste jeune le problème du contenu de l'article, échangera avec lui et lui proposera de retravailler son sujet.** Généralement le journaliste jeune ne s'est pas rendu compte qu'il commettait un délit de presse. **Le droit à l'erreur existe, il est important de pouvoir le revendiquer.**

Il arrive aussi que lors de la conférence de rédaction, un rédacteur souhaite travailler un sujet avec un angle pouvant amener à un délit de presse. **La rédaction doit alors mettre en place un débat sain et serein** pour échanger sur le traitement du sujet et proposer une autre solution.

Qu'importe la forme que prennent ces débats : tant qu'un **espace ouvert à l'échange et à la critique est possible**, le journal ne pourra que s'en trouver renforcé.

Suite à ces échanges, la mise en place d'une formation pour l'ensemble de la rédaction sur le droit et la déontologie de la presse jeune peut s'avérer bénéfique. Elle mettra tout le monde au même niveau d'information, répondra aux questions et fédérera l'ensemble de la rédaction.

LA DÉONTOLOGIE DE LA PRESSE JEUNE

La Charte des journalistes jeunes est le code déontologique de la presse jeune, créée en 1991 suite à de grands rassemblements nationaux jeunes. Elle est constituée de six articles qui fournissent **une base aux journalistes jeunes dans l'exercice de leur activité**. Elle est la contrepartie logique de la revendication légitime de la liberté d'expression et de l'indépendance des journalistes jeunes.

La Charte sert donc à affirmer et revendiquer la démarche responsable des journalistes jeunes, ainsi qu'à garantir l'ouverture au dialogue. Le Carte de presse jeune est le symbole de la reconnaissance de tous les journalistes jeunes adhérant à cette charte.



CHARTRE DÉONTOLOGIQUE DES JOURNALISTES JEUNES

Les journalistes jeunes

- I -

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.

- II -

Revendiquent le droit d'opinion et contribuent à garantir le droit de tous à l'information.

- III -

Prendent la responsabilité de tous leurs écrits ou autres formes d'expression, signés ou non.

- IV -

Sont ouverts à toute discussion sur leurs publications et s'engagent par souci de vérité à rectifier toute information erronée.

- V -

Tiennent la calomnie et le mensonge pour une faute, sans pour autant renoncer à des modes d'expression satiriques ou humoristiques.

- VI -

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 toute autre structure d'accueil des jeunes.

- III - TROUVER LES MOYENS

La première chose à faire est d'**identifier les besoins du journal**.

Il est d'abord conseillé de lister l'ensemble des dépenses que la rédaction pourrait avoir à faire ainsi que le matériel indispensable.

Cela implique de penser à toutes les étapes, de la création jusqu'à la diffusion du journal.

Cela va du **budget pour l'impression** à la **recherche d'un local** pour se réunir, en passant par la **création graphique** d'affiches pour communiquer sur la sortie du journal, ou encore l'**achat d'une plateforme d'hébergement** pour son journal web.

TROUVER DES FINANCEMENTS

Il existe deux formes de financements : ceux accordés par les institutions publiques et les fonds privés.

- Les fonds publics : ce sont les fonds accordés par une institution publique, c'est-à-dire une collectivité territoriale : mairie, conseil départemental, conseil régional. L'acquisition de ces fonds peut d'abord se faire en répondant à un « appel à projet ».

Il est important de rester attentif à ces opportunités. Ces appels à projets visent à répondre à des besoins spécifiques mis en évidence par des politiques publiques. Ils sont donc accompagnés d'un descriptif du type d'action précis à financer. Si celui-ci ne correspond à votre projet de journal, il n'est pas la peine de postuler.

Il est par ailleurs possible de déposer directement **un dossier de demande de subvention** auprès d'une collectivité. Il s'agit d'un dossier long et parfois complexe à rédiger, demandant de renseigner de nombreuses informations. Cela nécessite donc une réflexion approfondie sur le projet. De plus, ils sont généralement réservés aux structures associatives.



QUELLE QUE SOIT LA COLLECTIVITÉ TERRITORIALE, IL Y A TOUJOURS UN ÉLU CHARGÉ DE LA JEUNESSE OU DE LA VIE ASSOCIATIVE

Demander un rendez-vous, expliquer son projet permettent de se faire connaître. Mais aussi de mieux comprendre comment la collectivité est organisée dans son attribution pour les subventions et découvrir s'il existe d'autres projets similaires sur le territoire.

DÉPENSES	MONTANT	RECETTES	MONTANT
Achats		Autofinancement	
Fournitures		Vente du journal	
Équipement		Financeurs publics	
Fonctionnement		Région	
Transport, restauration, hébergement		Département	
Communication (Flyer, ...)		Ville	
Frais généraux		Financeurs publics	

- Les fonds privés et la publicité : il est possible de faire appel à des entreprises privées ou des fondations pour le financement du journal. Ce financement s'inscrit généralement dans un thème donné : culture, éducation, liberté d'expression, etc.

De plus petites entreprises, situées dans le périmètre de distribution du journal, peuvent être intéressées par la publication. **Il ne faut pas hésiter à pousser la porte de commerces de proximité** tels que les boulangeries ou les librairies, qui peuvent s'avérer être de potentielles sources de financement.

Parfois, une contrepartie sera demandée, comme un encart publicitaire. Il est prudent de bien réfléchir à ce type de contrepartie et de mesurer les conséquences en termes d'indépendance du journal.

- L'autofinancement : l'autofinancement est la part des ressources produites par l'activité du journal. C'est-à-dire la vente de votre journal (s'il y en a une), le produit d'une tombola qui est organisée, etc. Pour ce qui est de la vente du journal, en plus d'aider à financer l'impression ou toute autre dépense liée au journal et de donner de la valeur aux écrits, le prix peut être fixé par rapport aux besoins financiers, ou bien symboliquement.



LA LISEUSE VIRTUELLE POUR PALLIER LE PROBLÈME DE BUDGET D'IMPRESSION

Un certain nombre de rédactions rencontre le problème du budget pour l'impression de leur journal qui s'avère onéreuse. La liseuse virtuelle est une alternative intéressante. C'est en effet l'occasion de feuilleter, tranquillement sur un ordinateur, des publications, grâce à Calaméo, Axmag ou encore ISSUU (et il en existe bien d'autres). Pour cela, il suffit d'ajouter le journal en fichier pdf sur le site, une bibliothèque se crée ainsi pour être partagée aux futurs lecteurs.

LES OUTILS DU TRAVAIL COLLABORATIF

Le moyen le plus simple pour un travail collaboratif efficace est une réunion physique dans un lieu commun. Trouver un lieu peut paraître compliqué sans avoir de budget mais des solutions existent.

Il ne faut pas hésiter à demander une salle aux structures proches du lieu de distribution, que ce soit une structure jeunesse comme une Maison des Jeunes et de la Culture (MJC), une Maison des associations, une Mission locale, un Centre Régional Information Jeunesse (CRIJ), un centre social, etc. ou des collectivités comme la mairie et des locaux rattachés (espaces jeunes, salle des fêtes...).

La communication interne à l'équipe est essentielle au bon fonctionnement du journal, et peut favoriser sa pérennité.

Si les membres du journal ne sont pas concentrés dans une seule et même ville, les réunions physiques semblent compromises. Mais à l'époque du 2.0, aucune inquiétude à avoir : de nombreux outils permettent une gestion d'équipe sans faille.

Quelques outils que nous vous conseillons pour du travail collaboratif :

- Prévoir une réunion : pour l'organisation d'une réunion, en visioconférence ou non, il faut choisir une date et un horaire qui conviennent à tout le monde. Un site comme **Doodle** permet de choisir la date de la future réunion, tout comme son équivalent en logiciel libre, **Framadate**. Le concept est simple : l'organisateur de la réunion sélectionne une série de dates et horaires. Les participants n'ont plus qu'à cocher leurs disponibilités. Le site propose la meilleure date à partir de ces informations.
- Agenda : malheureusement, notifier une équipe d'une date de réunion par mail n'est pas toujours la solution la plus efficace : les mails ne sont pas toujours lus, et parfois oubliés. Et quand les gens pensent à les lire, ils oublient parfois de noter la date de la réunion. Il existe des agendas partagés, comme **Google Agenda**, qui permettent de créer des événements, et d'y ajouter ses collaborateurs. Et une alternative libre existe aussi : **XLAGenda**.
- La visioconférence : la visioconférence est souvent la solution la plus efficace pour organiser des réunions de rédaction quand les participants ne peuvent pas tous se réunir au même endroit. Il existe des outils gratuits qui permettent de se réunir facilement comme **Zoom** (dans la limite de 40 minutes de réunion pour la version gratuite), **Google Hangout** qui permettent également de partager son écran (ce qui est peut être extrêmement utile pour montrer ce dont on parle). Des alternatives libres existent aussi, comme **Ekiga** et **Jitsi**.
- L'écriture collaborative : maintenant que la réunion de rédaction a eu lieu, les différents rédacteurs vont pouvoir commencer à rédiger leurs articles.

Le travail collaboratif étant souvent de rigueur sur les papiers plus compliqués et/ou plus denses, il peut être intéressant d'envisager d'utiliser **des outils d'écriture collaborative**. L'idée de ces outils est que plusieurs utilisateurs vont pouvoir éditer en même temps le même document depuis différents ordinateurs.

L'un de ces outils souvent utilisé est **Google Docs**, de la suite Google Drive. Celui-ci a l'avantage d'être accessible en ligne, de proposer un historique des modifications, et de pouvoir suivre en quasi-direct les changements fait par ses collaborateurs. Des équivalents en accès libre existent, come **Framapad** (logiciel libre Etherpad).



OPTER POUR LE JOURNAL WEB, COMMENT FAIRE ?

Publier son journal peut être une solution efficace pour faciliter sa diffusion et contourner les problèmes d'impression. Mais créer un journal web demande des compétences en informatique. Il ne s'agit pas d'être un expert en la matière, mais d'avoir tout de même quelques bases. Plus bas est présentée une liste non-exhaustive de **plateformes accessibles gratuitement** et testées par des journalistes jeunes.

Comme tout le monde n'a pas le même niveau en informatique, on privilégiera un support adapté à ses moyens. Encore une fois, il n'y a pas de bon ou de mauvais choix de plateforme : celle-ci doit se décider collectivement. L'utilisation d'un support plébiscité par le plus grand nombre ne signifie pas que le résultat sera de bonne qualité : c'est l'**investissement** apporté à la maquette qui prime.

Blogger/overblog, plateformes gratuites et sans publicité, facilitent la publication d'un blog. Blogger permet une mise en page simple et ne demande pas de compétences particulières pour la conception de la maquette. Une panoplie d'outils est à disposition pour l'animer et le mettre à jour, le résultat reste cependant simple.

Wix, plateforme gratuite qui permet un journal plus abouti. La maquette peut être adaptée aux envies : les zones de textes et d'images peuvent être déplacées et redéplacées à volonté. Cependant, certaines fonctionnalités, parfois basiques, sont payantes. Il est donc conseillé de prévoir un budget pour la création de son site. Un autre inconvénient assez important est la complexité de la mise à jour des articles : il faut supprimer les anciens pour publier les nouveaux.



Question à Jérôme Ruchou, Président-rédacteur en chef du journal Epix à Limoges (Haute-Vienne)

Quel choix avez-vous fait pour votre support et a-t-il évolué ?

“Nous avons choisi de publier notre journal sur la plateforme Wordpress afin de partager notre journal au plus grand nombre et de manière totalement gratuite. La maquette, le fond et l'équipe ont subi beaucoup d'améliorations en deux ans. Quant au support, nous le publions parfois en version papier mais faute de fonds, nous ne pouvons assurer les impressions : nous travaillons actuellement pour créer une association et prolonger notre journal en version papier mais aussi sous forme vidéo et ainsi diversifier nos activités.”

Wordpress permet une mise en page simple et efficace grâce à des fonctionnalités nombreuses qui sont cependant parfois payantes. La mise à jour des articles est simplifiée par l'existence de fonctionnalités créées uniquement pour cela mais il n'y a pas toujours une grande flexibilité concernant la mise en page qui s'en rapproche de celle de posts de blog. Si le but est d'avoir un site à l'aspect professionnel, Wordpress est parfait ! Les débutants auront peut-être du mal à prendre en main la plateforme, il vaut mieux s'y lancer quand des connaissances nécessaires sont réunies.

- IV -
ANNEXES



PRÉSENTATION DES ASSOCIATIONS

JETS D'ENCRE consacre son activité à la **défense** et à la **reconnaissance** des journaux réalisés par les jeunes de 11 à 28 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 28 ans issus de la presse jeune, et la moyenne d'âge de son Conseil d'administration est de 20 ans.

L'association met à disposition des ressources exploitables par des (futurs) journalistes jeunes. Pour plus de renseignements, rendez-vous sur notre site internet : www.jetsdencre.asso.fr

Pour nous contacter par mail :

Une question ?

contact@jetsdencre.asso.fr

Victime de censure ?

censure@jetsdencre.asso.fr

L'ASSOCIATION NATIONALE DES CONSEILS D'ENFANTS ET DE JEUNES

(Anacej) a été créée le 13 mars 1991 pour promouvoir la participation des enfants et des jeunes à la décision publique et leur concertation au niveau local avec les élus.

Ainsi que pour accompagner les collectivités locales dans la mise en place d'instances de participation des jeunes et leur association à la construction des politiques publiques. Pour plus de renseignement rendez-vous sur notre site internet : www.anacej.fr

Pour nous contacter :

Anacej

10-14, rue Tolain - 75020 Paris

info@anacej.asso.fr

Tél : 01 56 35 05 35

Alors que la création d'associations loi de 1901 reste, dans la pratique, encore réservée aux majeurs, **LE RÉSEAU NATIONAL DES JUNIORS ASSOCIATIONS** (RNJA) propose aux jeunes de 11 à 18 ans de se regrouper autour d'une idée, d'un projet, ou tout simplement d'une envie d'agir, dans une démarche qui comporte des possibilités équivalentes : la « Junior Association ». Elle permet aux jeunes mineurs d'être assurés dans leurs activités, de gérer eux-mêmes un compte bancaire, de bénéficier d'un accompagnement méthodologique et de gagner en crédibilité auprès des partenaires de leurs projets. En animant le dispositif Junior Association, le RNJA propose une relation nouvelle entre adultes et jeunes mineurs : une majorité accompagnée, fondée sur des obligations réciproques, dans le respect de l'initiative, de la capacité d'action et de l'autonomie des jeunes. Pour plus de renseignements rendez-vous sur notre site internet : www.juniorassociation.org

Pour nous contacter :

R.N.J.A

3, rue Récamier - 75007 Paris

contact@juniorassociation.org

Tél : 01 84 25 19 98

EXTRAITS DE TEXTES DE LOI ABORDÉS

- La **liberté d'expression** figure à l'article 11 de la **Déclaration des Droits de l'Homme et du Citoyen** de 1789 : « *La libre communication de ses pensées et de ses opinions est l'un des biens les plus précieux de l'homme : tout citoyen peut donc parler, écrire, imprimer librement, sauf à répondre de l'abus de cette liberté dans les cas déterminés par la loi* ».
- La **liberté d'expression** est aussi inscrite dans plusieurs traités internationaux ratifiés par la France tels que la **Déclaration universelle des droits de l'Homme** (art.19) puis le **Pacte international** relatif aux droits civils et politiques adoptés par l'Organisation des Nations Unies en 1948 et 1966 assure de même la liberté d'expression. Elle fait également partie des dispositions fondatrices de la réglementation européenne, réunies dans la **Convention européenne des droits de l'Homme** (art. 10) du 4 novembre 1950.
- La **liberté d'expression des jeunes mineurs** éditeurs et réalisateurs de journaux est garantie par la **Convention Internationale des Droits de l'Enfant**, ratifiée par la France en 1990, en affirmant notamment : « *L'enfant a droit à la liberté d'expression (...) [notamment] sous une forme orale, écrite, imprimée ou artistique ou par tout autre moyen du choix de l'enfant ; l'exercice de ce droit ne peut faire l'objet que des seules restrictions qui sont prescrites par la loi* » (art. 12 et 13).
- La loi du 29 juillet 1881 sur la **liberté de la presse** affirme dans son article premier : « L'imprimerie et la librairie sont libres ». Cette loi garantit et encadre le droit de publication (cf. chapitre 2). Depuis la loi Égalité et citoyenneté de 2017, son article 6 est complété ainsi : « Par dérogation, un mineur âgé de 16 ans révolus peut être nommé directeur ou codirecteur de la publication réalisée bénévolement ».
- La **loi pour la confiance dans l'économie numérique** (loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 : LCEN) dispose dans l'article 1 de son titre premier « *De la liberté de communication en ligne* » que : « La communication au public par voie électronique est libre. ».
- La **loi du 29 juillet 1982** sur la communication audiovisuelle rappelle que « *Tout service de communication au public par voie électronique est tenu d'avoir un directeur de publication* ». Depuis la loi Égalité et citoyenneté de 2017, il est précisé que : « *Par dérogation, un mineur âgé de 16 ans révolus peut être nommé directeur ou codirecteur de la publication réalisée bénévolement* ».
- Concernant le **droit d'auteur**, la loi reconnaît en tant qu'« **auteur** » toute personne qui crée une « **œuvre de l'esprit** » (article L.111-1 du **Code de la propriété intellectuelle**). Dès lors, cette personne possède un droit inaliénable sur sa création, qu'elle soit ensuite publiée ou non.

- La **publicité** est autorisée dans les journaux web. Ce droit à la publicité est encadré par l'article 20 de la **LCEN**. « Art. 20 - *Toute publicité, sous quelque forme que ce soit, accessible par un service de communication au public en ligne, doit pouvoir être clairement identifiée comme telle. Elle doit rendre clairement identifiable la personne physique ou morale pour le compte de laquelle elle est réalisée.* ».
- Le site de la **CNIL** résume une partie du contenu de la loi du 6 janvier 1978 modifiée relative à **l'informatique, aux fichiers et aux libertés** : « *Les traitements de données à caractère personnel mis en œuvre aux seules fins d'exercice, à titre professionnel, de l'activité de journaliste sont dispensés de déclaration dès lors qu'un correspondant à la protection des données appartenant à un organisme de la presse écrite ou audiovisuelle a été désigné par le responsable du traitement* ».



**LA CRÉATION D'UN JOURNAL
EST UN MOYEN EFFICACE DE
S'APPROPRIER LA LIBERTÉ
D'EXPRESSION. C'EST UN
INSTRUMENT DE CITOYENNETÉ,
ET DE DYNAMISATION DE SA
VILLE OU DE SON QUARTIER.**

Publication soutenue par :



Avec le concours de :