

# journalisme



# Perfectionnement à l'écriture journalistique

## Améliorer la pratique de l'écriture

### OBJECTIFS

Améliorer sa pratique de l'écriture pour la presse écrite ou multimédia.  
Trouver son style et maîtriser le choix des angles, les longueurs de textes adaptées au sujet et au support.

### PUBLIC CONCERNÉ ET PRÉREQUIS

Les journalistes (rédacteurs, rewriters, secrétaires de rédaction, chefs de services et rédacteurs en chef).

### DURÉE

5 jours de formation.

## programme

### Rappel des bases de l'écriture journalistique

Écrire pour être lu.  
Connaître son lecteur.  
Le vocabulaire et la longueur des phrases.  
Le processus de mémorisation.  
Les niveaux de lecture et les processus de lecture.

### Les styles d'écriture

La recherche d'un style personnalisé.  
La construction de la phrase.  
La construction de l'article.

### La qualité technique du texte

La saisie, la correction automatique ou manuelle.  
Le code typographique.

### Travail sur les angles

Recherche d'angles originaux sur un sujet.  
Découpage et scénarisation d'une information.  
Écritures dans le cadre d'une formule ou d'un ensemble textes et hors-textes définis.

### Le titre et l'habillage rédactionnel

Trouver le bon titre, distinguer accroche et chapeau.  
Rédiger des légendes efficaces, des inters, des relances.

### Les genres journalistiques

Le traitement original des interviews, portraits, dossiers.  
L'écriture attractive des brèves, des filets.  
Le billet ou l'éditorial.

### Améliorer son style

Repérer ses tics.  
La chasse aux lourdeurs, répétitions, redondances.  
L'autoanalyse de son texte.  
Les méthodes d'enrichissement d'un texte.  
Travail sur des textes écrits par d'autres.  
L'editing.

multimédia  
arts graphiques  
communication  
**journalisme**  
technique & langages  
alternance  
formations continues  
formations initiales

# Techniques de l'interview

Savoir préparer, conduire et mener à bien un entretien

## programme

### OBJECTIFS

Améliorer sa pratique de l'interview en utilisant des méthodes confirmées.  
Savoir guider son interlocuteur tout au long de l'entretien et interpréter au mieux l'environnement verbal et non verbal de l'interview.

### PUBLIC CONCERNÉ ET PRÉREQUIS

Les journalistes (rédacteurs, secrétaires de rédaction, chefs de services et rédacteurs en chef).

### DURÉE

3 jours de formation.

### Les différents types d'interview

Analyse des tendances dans les différents types de presse française et étrangère.

### Méthodes et pratiques de l'interview

- \* La préparation

Définition des angles et des objectifs.  
La phase documentaire.  
La connaissance des concepts spécifiques de l'interlocuteur : vocabulaire, chiffres clés...  
Analyse de ce qui a déjà été dit sur le sujet et recherche d'approches nouvelles.  
Préparation d'une liste de questions structurée permettant de diriger l'entretien.

- \* Le déroulement de l'interview

Savoir laisser s'exprimer l'interlocuteur, tout en gardant la maîtrise du déroulement de l'entretien.  
Relance des points importants après les digressions éventuelles.  
Le comportement de l'intervieweur pour mettre l'interlocuteur en confiance, favoriser les confidences.

La reformulation de points pas clairs ou très importants.  
Interview en situation difficile : faits divers...  
Interviews réalisées par les stagiaires, filmées et enregistrées.  
Analyse des résultats et du comportement du stagiaire.

- \* L'exploitation de l'interview

Décryptage des interviews.  
Analyse des grandes lignes qui se dégagent de l'entretien. Classement par ordre d'importance, ou dans un ordre favorisant la compréhension ou la démonstration.  
Respect des propos que l'interlocuteur a qualifié de « off record ». Ne les utiliser que pour comprendre soi-même ses autres propos, ou s'assurer que les autres idées sont bien traduites.  
Etiquage tous les propos hors sujet ou superflus.  
Présentation des ouvertures offertes par l'étude du comportement et les techniques d'écoute de l'interlocuteur.

- \* La restitution de l'interview

Les différentes façons d'utiliser les propos d'une interview : citations, questions-réponses, portrait...  
Les styles d'écriture.  
La recherche d'un plan original et clair.  
La reformulation des idées en adéquation avec la formule du journal et les lecteurs ciblés.  
Le choix d'un vocabulaire adapté.

- multimédia
- arts graphiques
- communication
- journalisme**
- technique & langages
- alternance
- formations continues
- formations initiales

# Techniques de l'editing de presse papier ou en ligne

Savoir harmoniser l'édition d'un journal ou d'une rubrique

## OBJECTIFS

Préparer et adapter la copie au style du journal, préparer les différents éléments nécessaires à la mise en pages, assurer l'harmonisation rédactionnelle de l'ensemble d'une rubrique ou du journal.

## PUBLIC CONCERNÉ ET PRÉREQUIS

Les rédacteurs, rewriters, secrétaires de rédaction, chefs de services et rédacteurs en chef.

## DURÉE

3 jours de formation.

# programme

## Définitions

Rôle et fonctions de l'editing.  
Connaissance du comportement du lecteur. Les coupes.  
Les mécanismes de perception visuelle. Les éléments de maîtrise de la mise en pages.  
Les niveaux de lecture, et l'habillage de l'information.  
La mise en perspective de l'information.

## La qualité de la copie

Les erreurs de base (longueur des phrases, vocabulaire, doublons, accords...)  
Exercices de réécriture à partir de textes de diverses origines.  
Vocabulaire et syntaxe.  
La précision des mots.  
La typographie : règles, valeurs, usages.  
Le code typographique et la qualité de la copie.  
La qualité technique du texte.  
La saisie, la correction.

## Construction de l'article

Les questions de référence.  
Les coupes.  
Les angles.  
Travail sur le texte : chasse aux redondances et mots superflus, simplification des phrases.  
Les anglicismes, les jargons professionnels ou techniques.  
Analyse des différents systèmes d'editing.

## Habillage rédactionnel

Différents systèmes d'habillage suivant supports et formules.

\* Titres, surtitres, rubriques, mots-repères  
Les différents types de titres (analyse, reportage, enquête, interview, infographies...)  
Le titre informatif.  
Le titre incitatif.  
Typologie des différents titres (rimes internes, jeux de mots, détournements de titres de films, slogans, livres..., les titres chocs, paradoxaux, analogiques...)  
Les systèmes de titrage.

## \* Le « petit editing »

Il concerne les chapeaux, les inters, les relances, les citations, les accroches, le crédit-photo.

## \* Les légendes

Les types de légendes, les légendes simples ou titrées.

Applications aux quotidiens, aux magazines et aux sites internet

## Entraînement à l'editing

Systèmes de titraillages, hors textes, compléments de l'information en habillage...

## Préparation de copie

**pour la mise en pages**  
Editing des pages à la manière de différentes rubriques ou de différents titres de la presse papier ou en ligne.

multimédia  
arts graphiques  
communication  
**journalisme**  
technique & langages  
alternance  
formations continues  
formations initiales

# Rewriting et adaptation à la charte rédactionnelle

Acquérir  
les méthodes  
de réécriture  
des textes

## OBJECTIFS

Acquérir des méthodes de réécriture de textes fournis par les agences, les pigistes... en les adaptant aux choix rédactionnels et à la formule du journal ou du site.

## PUBLIC CONCERNÉ ET PRÉREQUIS

Les rédacteurs, rewriters, secrétaires de rédaction, chefs de services et rédacteurs en chef.

## DURÉE

2 jours de formation.

# programme

## Les bases de l'écriture efficace

Rappel des notions d'angles, niveaux de lecture, genres journalistiques... Les règles de lisibilité.

Adapter un texte à une longueur donnée, sans le dénaturer.

Déterminer le message essentiel et le mettre en valeur.

Savoir découper un texte en plusieurs éléments bâtis chacun autour d'un angle différent.

## Améliorer le style d'un texte

Vocabulaire, syntaxe, longueurs de phrases.

Dynamiser l'écriture.

Faire la chasse aux redondances et aux mots ou expressions superflus.

Chercher la formulation la plus claire pour le public concerné.

Hierarchiser les idées et simplifier le plan d'un texte.

## Les exigences d'une formule rédactionnelle

Adapter un texte pour sa publication dans différents journaux ou sites.

Travail sur les longueurs, les angles, les styles de différents types d'articles en fonction d'une charte rédactionnelle.

Acquisition de réflexes permettant d'améliorer son efficacité.

- multimédia
- arts graphiques
- communication
- journalisme**
- technique & langages
- alternance
- formations continues
- formations initiales

# Écriture en ligne

Adapter  
les méthodes  
d'écriture  
journalistique aux  
supports multimédias

## OBJECTIFS

Ce stage très pratique permet un passage rapide de l'écriture papier à une écriture adaptée aux médias en ligne.

## PUBLIC CONCERNÉ

## ET PRÉREQUIS

Journalistes ayant déjà une bonne pratique de leurs métiers (supports papier ou audiovisuels).

## DURÉE

3 jours de formation.

# programme

## Les principes de la communication multimédia

Le comportement de l'internaute.  
Découverte de la constitution physique d'un site.

Les principes des formats de fichiers en ligne.

Les arborescences de sujets, leurs principes et les atouts.

Mise en pratique des arborescences à partir des fichiers Word.

Les liens hypertextes et l'organisation de base d'un site.

Création par les stagiaires d'un minisite personnel à partir de Word.

## Les particularités de l'écriture sur écran

Rappel des notions de base de l'écriture journalistique et son adaptation à l'écran.  
Les niveaux de lecture sur écran.

## Concevoir un sujet pour l'intégrer dans un site

Travail sur les angles, hiérarchisation de l'information.

La scénarisation de l'information.

Les navigations verticales et horizontales.

L'élaboration d'une arborescence du sujet.

Les contraintes techniques suivant les systèmes utilisés.

L'habillage rédactionnel : titres, accroches, légendes.

## Analyses de sujets sur des sites d'information existants

Témoignage : un journaliste de site presse et ses habitudes de travail.

Le titre et l'habillage rédactionnel.

Recherche du bon titre, distinguer accroche et chapeau.

Rédaction de légendes efficaces, des inters, des relances.

Améliorer son style.

## Aperçu des logiciels de création de pages web

Dreamweaver et les interfaces des bases de données.

La typographie en ligne, ses possibilités directes ou indirectes, ses contraintes.

L'iconographie en ligne, aperçu technique et contraintes...

multimédia  
arts graphiques  
communication  
**journalisme**  
technique & langages  
alternance  
formations continues  
formations initiales

# Droit de la presse et des journalistes

Nul n'est censé ignorer la loi, les journalistes moins que quiconque

## programme

- multimédia
- arts graphiques
- communication
- journalisme**
- technique & langages
- alternance
- formations continues
- formations initiales

### OBJECTIFS

Rappeler les nombreuses lois régissant les droits d'auteur, de la publication, de la protection de la vie privée, de l'image et de la présomption d'innocence ainsi que leurs applications à la presse quotidienne ou magazine, écrite, audiovisuelle ou multimédia.  
Suivre l'évolution de jurisprudences de plus en plus nombreuses et contraignantes.

### PUBLIC CONCERNÉ ET PRÉREQUIS

Les dirigeants d'entreprises de presse écrite, audiovisuelle ou multimédia.  
Ceux de leurs collaborateurs internes ou extérieurs qui rédigent, photographient ou mettent en pages leurs informations, spécialement les journalistes.

### DURÉE

2 jours de formation.

### Les formalités préalable à l'utilisation de tous les médias

Les procédures administratives et judiciaires méconnues : déclarations, dépôts ou immatriculations obligatoires des agences, publications papier ou en ligne, réseaux de diffusion ainsi que les sanctions de leurs omissions éventuelles.

### Les informations et les documents exploitables

Étendue et limites des champs couverts par les secrets nationaux, administratifs, industriels, commerciaux, professionnels ou personnels.  
Étendue et limites des immunités politiques et judiciaires, droits de citation, de caricature, de parodie et de pastiche.

### Les risques propres aux entreprises de presse

Dangers que font courir les mises en cause de marques et de personnes, d'adversaires et de concurrents ou de corps constitués.  
Droit de réponse, diffamation ou injures, atteintes à la vie privée ou à l'image, plagiat et contrefaçons.  
Hiérarchie des responsabilités pénales et civiles entre les commanditaires, les maîtres d'œuvres et les exécutants.  
Législation des mineurs.

### Les conflits et les collaborations avec les journalistes

Étendue et limites des particularités sociales et fiscales des diverses professions concernées.

### Études de cas

Analyse des problèmes particuliers rencontrés par les stagiaires en collaboration avec un haut magistrat ou un éminent juriste spécialisé.

# Droit de l'image

## Droits d'auteurs et droits de reproduction

### OBJECTIFS

Rappeler les nombreuses lois régissant les droits d'auteur, de la publication et des personnes ainsi que leurs applications à la production et à la diffusion de dessins, de peintures, de photographies ou d'images animées.

### PUBLIC CONCERNÉ

#### ET PRÉREQUIS

Journalistes et personnes chargées de concevoir la communication papier ou en ligne de leur entreprise.  
Les dirigeants d'entreprises audiovisuelles ou imprimées, directeurs de communication, responsables d'agences publicitaires qui publient des images par tous moyens collectifs. Ceux de leurs collaborateurs qui photographient, filment, mettent en page ou montent les documents correspondants.

### DURÉE

2 jours + 1 jour un mois plus tard.

## programme

### Les formalités préalables à la production, à la réalisation et à la diffusion de certains documents

Les procédures administratives et judiciaires méconnues : déclarations, dépôts ou immatriculations obligatoires des programmes, les exceptions en faveur des images et les sanctions des omissions éventuelles...

### Les informations

#### et documents exploitables

Étendue et limites des champs couverts par les secrets nationaux, administratifs, industriels, commerciaux, professionnels ou personnels, spécialement face à l'informatique et aux autres nouvelles techniques.

Étendue et limites des droits de citation, de caricature, de parodie et de pastiche.

### Les risques propres à l'image

Dangers que font courir les reproductions ou les représentations de personnes, de lieux, de marques, d'objets et d'animaux.  
Diffamation ou injures, atteintes à la vie privée ou à l'image, plagiat et contrefaçons.  
Hiérarchie des responsabilités pénales et civiles entre les commanditaires, les maîtres d'œuvres et les exécutants.  
Témoignage d'un magistrat ou d'un avocat.

### Les conflits et la collaboration avec les professionnels des images

Étendue et limites des particularités sociales et fiscales des diverses professions concernées.

### Études de cas

(Un jour, un mois plus tard)  
Analyse des problèmes particuliers rencontrés par les stagiaires.

multimédia  
arts graphiques  
communication  
**journalisme**  
technique & langages  
alternance  
formations continues  
formations initiales

# Droit de l'audiovisuel

Les obligations des éditeurs et des journalistes radio, télé et multimédia

## programme

### OBJECTIFS

Les diffusions internes ou externes de programmes sonores et audiovisuels par téléphone, par câble, par réseau numérique ou par satellite, comportent autant de risques juridiques que celles des grandes stations de radio ou de télévision.

### PUBLIC CONCERNÉ ET PRÉREQUIS

Les dirigeants d'entreprises audiovisuelles, producteurs, diffuseurs, directeurs de communication, responsables d'agences publicitaires qui émettent des idées par tous moyens collectifs. Ceux de leurs collaborateurs qui rédigent, enregistrent, tournent en vidéo numérique, analogique ou sous forme de films et montent, ou mixent, leurs émissions.

### Les formalités préalables à la production, à la réalisation et à la diffusion de certains documents

Les procédures administratives et judiciaires méconnues : déclarations, dépôts ou immatriculations obligatoires des programmes, leurs exceptions et les sanctions des omissions éventuelles.

### Les informations et documents exploitables

Étendue et limites des champs couverts par les secrets nationaux, administratifs, industriels, commerciaux, professionnels ou personnels, spécialement face à l'informatique et aux autres nouvelles techniques. Étendue et limites des droits de citation, de caricature, de parodie et de pastiche.

### Les risques propres à l'audiovisuel

Dangers que font courir les mises en cause de marques et de personnes ou de corps constitués. Droit de réponse, diffamation ou injures, atteintes à la vie privée ou à l'image, plagiat et contrefaçons. Hiérarchie des responsabilités pénales et civiles entre les commanditaires, les maîtres d'œuvres et les exécutants.

### Les conflits et la collaboration avec les journalistes

(Un jour un mois plus tard). Étendue et limites des particularités sociales et fiscales des diverses professions concernées. Études de cas. Analyse des problèmes particuliers rencontrés par les stagiaires.

### Études de cas

(Un jour, un mois plus tard). Analyse des problèmes particuliers rencontrés par les stagiaires.

# Droit du multimédia

Nouveaux médias, nouveaux droits

## programme

- multimédia
- arts graphiques
- communication
- journalisme**
- technique & langages
- alternance
- formations continues
- formations initiales

### OBJECTIFS

Droits d'auteur, droits de la publication et des personnes : leurs applications à la production et à la diffusion multimédias.  
Les textes spécifiques à ces activités, adoptés ou en préparation.  
Les jurisprudences qui se multiplient à un rythme effréné.

### PUBLIC CONCERNÉ ET PRÉREQUIS

Les dirigeants d'entreprises de production audiovisuelle ou imprimée, directeurs de communication, responsables d'agences publicitaires ou multimédias. Leurs collaborateurs qui rédigent, dessinent, photographient, filment, mettent à l'écran ou en ligne les documents correspondants et spécialement les webmasters.

### DURÉE

2 jours + 1 jour un mois plus tard.

### Les formalités préalables à la production, la réalisation et la diffusion de certains documents

Les procédures administratives et judiciaires méconnues : déclarations, dépôts ou immatriculations obligatoires des programmes, les exceptions en faveur des images et les sanctions des omissions éventuelles.

### Les informations et les documents exploitables

Etendue et limites des champs couverts par les secrets nationaux, administratifs, industriels, commerciaux, professionnels ou personnels, spécialement face à l'informatique et aux autres nouvelles techniques.

Etendue et limites des droits de citation, de caricature, de parodie et de pastiche.

### Les risques propres au multimédia

Dangers que font courir les citations, évocations, reproductions ou représentations de personnes, de lieux, de marques, d'objets et d'animaux.  
Droits de réponse, diffamations ou injures, atteintes à la vie privée ou à l'image, plagiat et contrefaçons.  
Hiérarchie des responsabilités pénales et civiles entre les commanditaires, les maîtres d'œuvres et les exécutants.

### Les conflits et la collaboration avec les professionnels du multimédia

Etendue et limites des particularités sociales et fiscales des professions concernées.

### Études de cas

(Un jour, un mois plus tard)  
Analyse des problèmes particuliers rencontrés par les stagiaires depuis le début du stage.

# Collecte et traitement d'informations assistés par ordinateur

Exploiter les ressources en ligne et optimiser les méthodes de recherche

## OBJECTIFS

L'objectif est de donner aux journalistes les méthodes et les réflexes pour utiliser des ressources en ligne dans chacune de leurs tâches quotidiennes.

## PUBLIC CONCERNÉ ET PRÉREQUIS

Journalistes familiarisés avec l'internet désirant faire évoluer leurs techniques professionnelles en les ouvrant vers le vaste domaine des informations en ligne.

## DURÉE

3 jours de formation.

# programme

## La recherche en ligne

Méthodologie de travail sur les moteurs et métamoteurs de recherche.  
Affiner au maximum ses recherches et les cibler géographiquement.  
Les agents intelligents et la veille d'information.

Les banques de données ont maintenant un rôle très important pour les journalistes.  
L'interprétation des faits, la prise de distance par rapport à l'événement sont essentiels pour un bon traitement de l'information.  
Certains documents sont accessibles uniquement en ligne (rapports...).

## Avantages et inconvénients de la recherche en ligne

L'utilisation de l'ordinateur pour la recherche d'informations constitue un avantage dans toutes les étapes. C'est notamment le moyen de :

\* Trouver des idées d'articles : consulter les services interactifs type newsgroups,

forums ou listes de diffusions pour voir de quoi les experts ou les professionnels discutent le plus, mettre en place un système d'alerte concernant un sujet précis de manière à récupérer tout nouvel article publié sur le thème, consulter les agences, les communiqués de presse et la presse ou les sites spécialisés auxquels on n'a pas un accès régulier, ou qu'on n'a pas le temps de dépouiller, utiliser les agents intelligents de recherche et de veille.

\* Commencer le reportage ou l'enquête : récupérer une documentation de base, voir si des journaux ou des sites ont déjà traité le sujet, trouver des idées d'angles quand le sujet est trop vaste, identifier les gens intéressants à interviewer, recourir à des témoignages d'experts.

\* Collecte de l'information : repérer des personnes, collecter des informations pour la préparation des interviews, vérifier des informations collectées sur le terrain, entamer une recherche sur un nouvel angle découvert sur le terrain.

\* Rédaction : comparaisons et citations pour illustrer l'article, trouver un expert.

\* Avant la mise en pages : collecter des éléments pour les encadrés, les tableaux et les infographies, savoir où trouver photos et documents visuels d'illustration.

\* Editing et révision : vérifier les éléments sensibles, chiffres, dates, orthographe, situation géographique....

## La recherche en ligne, vérification de l'information

Authentification des informations provenant d'une source validée au préalable par le journaliste ou la profession.  
Savoir réagir dans les cas où l'information en ligne ou obtenue par courrier ou forum doit être authentifiée.

## Législation

Citer la source ne protège pas le journaliste ou le journal.

# Informations en ligne et leur exploitation rédactionnelle

S'initier à la recherche sur internet

multimédia  
arts graphiques  
communication  
**journalisme**  
technique & langages  
alternance  
formations continues  
formations initiales

## programme

### OBJECTIFS

Donner aux stagiaires une meilleure aisance dans la recherche d'informations utiles aux journalistes et dans l'utilisation des moyens électroniques d'échanges d'informations.

Pour une efficacité maximale, cette sensibilisation doit être complétée par le stage « Les sources d'information pour les journalistes ».

### PUBLIC CONCERNÉ ET PRÉREQUIS

Journalistes ayant une petite pratique de l'utilisation de l'internet, désirant formaliser leurs connaissances et maîtriser les outils à leur disposition.

### DURÉE

1 jour de formation.

### Découvertes des outils de navigation

Panorama de l'internet et des différents modes de médias électroniques : sites internet et intranet, courrier électronique, listes d'échange, forums, bases de données, téléchargements...

Leurs accès, leurs utilisations, leurs intérêts journalistiques (typologie de présentation).

La récupération de textes pour construire sa propre documentation.

Les outils du web : le web, historique et structures, les réseaux.

Terminologie : fournisseurs d'accès, hébergeurs, technologies, plates-formes...

Courrier électronique : son fonctionnement, ses paramétrages, son utilisation comme outil de communication interne au journal (échanges d'informations, accumulation des connaissances indépendamment de la géographie et de l'heure de travail...), et comme outil rapide d'échanges avec les sources d'information.

### Utilisation de l'internet et organisation personnelle

Les carnets personnels d'adresses : méthodologie de construction et de gestion des listes de signets (ou favoris) et des adresses de courrier.

L'interface web : ses paramétrages, améliorer la rapidité d'affichage... La récupération de données et la constitution d'une documentation personnelle.

Le téléchargement : principes, utilisation, récupération d'éléments.

Les moteurs de recherche : types, fonctionnement.

### Utilisation de l'internet et organisation personnelle

# Sources d'information en ligne pour les journalistes

## Comment organiser ses sources et trouver les informations

### OBJECTIFS

Donner aux journalistes un panorama des sources d'information en ligne, publiques ou à accès limité, ainsi que les moyens pratiques d'optimiser leurs recherches sur chacune d'elles, sans être submergé par le volume d'informations à vérifier. Ce stage est le complément indispensable de celui intitulé « Les informations en ligne et leur exploitation rédactionnelle ».

### PUBLIC CONCERNÉ ET PRÉREQUIS

Journalistes possédant très bien les outils de navigation et de courrier électronique, désirant s'y retrouver dans l'immensité des informations en ligne et apprendre à trouver et à sélectionner celles qui peuvent enrichir leur travail de traitement de l'information.

### DURÉE

2 jours de formation.

## programme

### Les bases

Rappel des éléments de base de l'élaboration d'un sujet journalistique : cible, angles, scénarisation...  
Dédiction des besoins spécifiques du journaliste en fonction des types d'informations et des types de traitements.

### Les sources

Les sources publiques sur le net et les sources privilégiées.  
Les sources d'information grand public et celles dédiées aux journalistes.  
Les accès spécifiques : sur le web, sur intranet, par le courrier électronique, les forums, les annuaires de journalistes ou d'attachés de presse.  
Les différents types de sources : portails, archives, encyclopédies, banques de données, actualité, thématique...

### Personnaliser son carnet d'adresses

Le carnet d'adresses et les signets (ou favoris) : les contacts élémentaires en fonction du poste du journaliste.  
Repérer les sites à mémoriser, savoir retrouver les autres.  
Construire son réseau.  
Lois de proximité et cercles de recherche.

### Interactivité

Utiliser les forums, les listes de diffusion et les groupes d'échanges d'information.

- multimédia
- arts graphiques
- communication
- journalisme**
- technique & langages
- alternance
- formations continues
- formations initiales

## Comprendre les rouages de l'Europe

# programme

- multimédia
- arts graphiques
- communication
- journalisme**
- technique & langages
- alternance
- formations continues
- formations initiales

### OBJECTIFS

Les institutions de l'Union européenne et leur rôle évoluent au fil de la construction communautaire. Les responsabilités respectives des principales institutions (Commission européenne, Conseil des ministres et Parlement européen) déterminent la façon dont sont élaborés, puis arrêtés, les décisions.

### PUBLIC CONCERNÉ

#### ET PRÉREQUIS

Les journalistes de toutes rubriques (rédacteurs, secrétaires de rédaction, chefs de services et rédacteurs en chef). Ce stage est réalisé en partenariat avec la fondation « journalistes en Europe ».

### DURÉE

2 jours de formation.

### L'histoire de la construction européenne

Il est important, avant d'entrer dans le détail des institutions, de replacer la construction communautaire dans son histoire et de prendre la mesure des questions qui se posent à elle aujourd'hui.

### Les institutions de l'Union européenne

Chacune des institutions sera décrite en définissant son rôle et ses pouvoirs. Cela permettra aussi de situer des organes moins connus, mais qui jouent pourtant un rôle très significatif, comme la Cour de justice et la Cour des comptes.

### La prise de décision au sein de l'Union européenne

Cette partie de programme permettra aux participants de simuler une prise de décision afin de bien assimiler les rouages communautaires.

Travail pratique avec les participants sur la prise de décision. Chacun aura à défendre la position d'un état membre.

### Les sources d'information

De nombreuses sources sont disponibles pour suivre l'actualité communautaire : publications spécialisées, sites internet. Cet exposé doit permettre aux participants de se familiariser avec de tels outils.

# Institutions de l'Union européenne et processus de décision

# Traitement de l'information communautaire

## Les journalistes face aux questions européennes

### OBJECTIFS

Sensibiliser les journalistes à l'impact croissant des décisions de l'Union européenne sur une grande part des thèmes abordés par la presse. Identifier les sources utiles aux journalistes et les modes d'accès à l'information de l'Union européenne.

### PUBLIC CONCERNÉ ET PRÉREQUIS

Les journalistes de toutes rubriques (rédacteurs, secrétaires de rédaction, chefs de services et rédacteurs en chef).

### DURÉE

2 jours de formation.

## programme

### L'Europe et les journalistes

Présentation de l'impact croissant de l'Union européenne sur le travail des journalistes : exemples. Typologie des sources d'information et leur intérêt journalistique : recherche de sujets, enrichissement d'enquêtes en cours, contact d'experts, accès aux documents de référence.

### Les contacts à Paris

(et en province)  
Représentations officielles, services de documentation.  
Visite de Sources d'Europe et présentation de leur site internet.

### Les circuits de l'information

Présentation des différents acteurs (gouvernement, parlementaires, fonctionnaires, lobbyistes).  
Étude de cas.  
Sur un sujet concret, identification des différentes sources d'information. Méthodes de travail.  
Choix de sujets.

### Carnet d'adresses

Travail de recherche individuel aboutissant à un synopsis d'enquête.  
Mise en commun des sources identifiées.  
Elaboration d'un début de carnet d'adresses européen.

- multimédia
- arts graphiques
- communication
- journalisme**
- technique & langages
- alternance
- formations continues
- formations initiales

# Maquette de presse

## Mise en pages de journaux et de magazines

### OBJECTIFS

Acquérir les notions de base de la mise en page d'un magazine en menant en parallèle un apprentissage du visuel adapté à la presse et une utilisation des logiciels de PAO.

### PUBLIC CONCERNÉ ET PREREQUIS

Rédacteurs ou secrétaires de rédaction ayant à mettre en page des textes ou à faire des corrections dans des pages déjà réalisées.

### DURÉE

5 jours de formation.

## programme

### Définitions

Rôle et fonction de la maquette.  
La hiérarchisation de l'information.

### Les éléments de la maquette

Analyse de divers types de publications.  
Les règles à observer dans la disposition des différents éléments qui composent une page.

Le vocabulaire de la maquette.

La typographie : histoire et utilisation.

Les couleurs. Les polices de caractères.

L'application des feuilles de style.

Pagination et imposition.

Les erreurs à éviter.

### Les outils de la mise en pages

XPress, InDesign, Illustrator (aperçu), Photoshop (aperçu).

### La fabrication et son suivi

Les différents types d'impression et leur influence sur le travail du maquettiste.

Le flashage : précautions à prendre.

Bon à flasher et bon à tirer.

CIP, films, plaques, épreuves additionnelles ou numériques.

Le calage et l'impression.

Le façonnage.

L'expédition.

### Travaux pratiques

Préparation de pages complexes pour différents magazines avec correction typographique, travail de recherches visuelles, traitement d'images...

multimédia  
arts graphiques  
communication  
**journalisme**  
technique & langages  
alternance  
formations continues  
formations initiales

# Conception d'un site Web d'information

## Organiser un site d'information

## programme

### OBJECTIFS

Acquisition des méthodes de réécriture de textes d'origines diverses.  
S'initier à la conception et au fonctionnement d'un site internet dynamique de presse, sans entrer dans les savoir-faire techniques lourds, mais en dominant la nécessaire réflexion éditoriale préalable à toute création de support d'information en ligne.

### PUBLIC CONCERNÉ ET PREREQUIS

Les journalistes (rédacteurs, secrétaires de rédaction, chefs de services et rédacteurs en chef) ayant des projets de création de site internet d'information.

### DURÉE

5 jours de formation.

### Les sites de presse

Site web et entreteneur de presse.  
Les motivations pour la presse.  
Les contenus des sites de presse.  
Les atouts de la presse en ligne.  
L'interactivité avec les lecteurs.  
Cybermétrie et les études de lectorat en ligne.

### Les étapes d'un projet

Les questions de base.  
Les centres d'intérêt des lecteurs, les études de marché.  
Les métiers du web en ligne.  
Le positionnement du site.  
Le choix des informations.

### Définitions et principes

Un site internet : constitution physique.  
L'écran et l'arborescence.  
La navigation et les liens hypertextes.  
Les types de formats de fichiers pour un site internet.

### Les types d'information

Informations services, services aux lecteurs, informations propres au site ou complémentaires au support papier.  
Les forums et les lettres d'information.  
L'archivage et les possibilités des moteurs internes de recherche.

### La mise en pages

Règles de base de l'esthétique et de la lisibilité.  
La typographie.  
La charte graphique, essentielle pour une mise en pages dynamique.

### L'écriture informative

Rappel des règles de base des techniques d'écriture journalistique adaptées à l'écran.  
La scénarisation de l'information.  
L'adaptation de textes à l'utilisation sur écran.  
L'habillage rédactionnel.

### Les images et leur traitement

Utilité, lisibilité, qualité...

### L'infographie transposée sur le web

Les atouts de l'infographie.

### Conception d'un mini-site thématique

Préparation des éléments pour une gestion de l'information en base de données.  
Travail avec un informaticien sur un des projets préparés par les stagiaires.  
Début de réalisation du site par les stagiaires.  
Préparation des pages statiques et des éléments texte et illustrations.  
Saisie d'informations dans la base de données et utilisation en ligne du site.

- multimédia
- arts graphiques
- communication
- journalisme**
- technique & langages
- alternance
- formations continues
- formations initiales

# Conception d'infographies pour la presse

Le traitement de l'information par l'image

## OBJECTIFS

Traiter un sujet visuellement.  
Savoir repérer les informations, choisir les angles adaptés et proposer une mise en scène de dessins simples ou complexes, en respectant les règles élémentaires de lisibilité et d'esthétique.

## PUBLIC CONCERNÉ

**ET PRÉREQUIS**  
Les rédacteurs, secrétaires de rédaction, chefs de service et rédacteurs en chef.

## DURÉE

3 jours de formation.

# programme

## Définitions

Qu'appelle-t-on infographie ?

## Quand y avoir recours ?

Montrer, rendre clairs les éléments chiffrés d'un texte, mettre en valeur un élément d'information.

## Les différents types d'infographies

Les graphiques : piles, barres, courbes, secteurs.  
La cartographie.  
Les organigrammes.  
Les tableaux.  
Les schémas.  
Exercices pratiques : critique constructive d'articles de presse, études de cas.

## Comment élaborer une infographie ?

Analyse du sujet.  
Recherche, compilation, organisation des données.  
Analyse des données, respect de la cohérence.  
Définir un format, choisir la bonne échelle.  
Le choix du type de représentation.

## Conception d'un sujet

Travail à partir d'un dossier documentaire.  
Exécution de roughs.

## Les règles d'une bonne infographie

Grilles d'analyse.  
Les règles de lisibilité, la typographie, l'utilisation des couleurs.  
L'intégration à la maquette : typo, titres, légendes, fonds, codes visuels, lisibilité.  
Les tendances de l'infographie dans la presse française et étrangère.  
Les droits d'auteurs, le respect des sources.

## Réalisation pratique

Présentation des fonctions d'illustrator et des autres logiciels pouvant être utiles (Photoshop, Streamline...).  
Les avantages du dessin vectoriel (fichiers légers, intégration directe, facile à retravailler).  
Gagner du temps avec les bases de données, les cliparts, les fonds de cartes sur CD, la création de bases d'images.  
Réalisation de différents types d'infographies simples ou avec un enrichissement graphique.  
L'actualisation rapide des graphiques.  
Intégration dans XPress, flashage et impression.

multimédia  
arts graphiques  
communication  
**journalisme**  
technique & langages  
alternance  
formations continues  
formations initiales

# Réalisation d'infographies pour la presse

De la conception à la réalisation de graphiques, cartes, schémas...

## OBJECTIFS

Traiter un sujet visuellement.  
Savoir repérer les informations qui s'illustrent, choisir les angles adaptés et proposer une mise en scène de dessins simples ou complexes, en respectant les règles élémentaires de lisibilité et d'esthétique. Apprendre aussi à les réaliser avec les logiciels de base de la PAO.

## PUBLIC CONCERNÉ ET PRÉREQUIS

Les rédacteurs, secrétaires de rédaction, chefs de services et rédacteurs en chef.  
Une connaissance du logiciel Illustrator est indispensable.

**DURÉE**  
5 jours.

# programme

## Introduction

Qu'appelle-t-on infographie ?

## Quand y avoir recours ?

Pour montrer, rendre clair les éléments chiffrés d'un texte, mettre en valeur un élément.

## Les différents types

Les graphiques : piles, courbes, secteurs.  
La cartographie, les organigrammes, les tableaux.

## Comment l'élaborer

Recherche, compilation, organisation des données.  
L'analyse des données, respect de la cohérence.  
Définir un format, choisir la bonne échelle.

## Le choix du type de représentation

L'intégration à la maquette : typo, titres, légendes, fonds, codes visuels, lisibilité  
Les droits d'auteur, le respect des sources  
Exercices pratiques : critique constructive d'articles de presse, études de cas.

## Réalisation pratique

Présentation d'Illustrator et des autres logiciels pouvant être utiles (Photoshop, Streamline...)  
Les avantages du dessin vectoriel.  
Gagner du temps avec les bases de données : les cliparts, les fonds de carte sur CD, la création de bases d'images.

## Réalisation des différents types d'infographies

Simple ou avec un enrichissement graphique.  
Actualisation rapide des graphiques.  
Intégration dans XPress, flashage et impression.

## Exercices pratiques

Représentation d'un thème en plusieurs infographies.

- multimédia
- arts graphiques
- communication
- journalisme**
- technique & langages
- alternance
- formations continues
- formations initiales

# Iconographie pour la presse

## Le bon usage de la photo d'information

### OBJECTIFS

Apprendre à gérer les images d'une publication, du choix à la commande en passant par la résolution des problèmes juridiques et budgétaires ou techniques.

### PUBLIC CONCERNÉ ET PRÉREQUIS

Les responsables des services photo, rédacteurs, secrétaires de rédaction, chefs de services et rédacteurs en chef.

### DURÉE

2 jours de formation.

## programme

### Gérer le choix de la bonne image

Les critères de choix des images, émotionnels ou professionnels.

### Définition d'une bonne image

L'image utile.

De l'esthétique au sens : le langage de l'image, le lecteur, le journal, l'angle, la hiérarchie de l'information.

Les différents types d'images : photos, illustrations, infographies.

Les différents types de photos :

symboliques, informatives, documents.

Les différentes utilisations de l'image dans la maquette.

Les choix techniques.

Les choix esthétiques.

Exercices pratiques : critique constructive d'articles de presse, réalisation de choix photos.

### Organiser sa recherche

Le respect du délai et du budget.  
Les contrats et les droits d'auteur.  
Autorisations, droits de reproduction.

### Trouver la bonne image

Sources traditionnelles, gratuites ou payantes.  
L'option commande de reportage.

### Images et nouvelles technologies

Avantages, inconvénients.

Bases techniques : la qualité et les limites des images numériques.

Les cédéroms d'images.

Les transferts d'images par numérisation, en ligne ou e-mail.

Les banques d'images et les différents systèmes.

Trouver une image sur le web.

La retouche des images (savoir ce que l'on peut faire ou pas).

Exercices pratiques.

### Le retour des documents

Bien le gérer et s'en servir comme base documentaire.

multimédia  
arts graphiques  
communication  
**journalisme**  
technique & langages  
alternance  
formations continues  
formations initiales

# Suivi de fabrication pour la presse magazine

Pour bien connaître la chaîne de production

## OBJECTIFS

Acquérir des repères et un minimum de connaissances techniques dans chacun des domaines abordés. Savoir commander, préparer et contrôler la qualité de réalisation de produits imprimés.

## PUBLIC CONCERNÉ ET PRÉREQUIS

Toutes personnes ayant la responsabilité de la préparation ou de la commande de documents à imprimer : publicitaires, journalistes...  
Ce stage de vulgarisation ne s'adresse pas aux techniciens.

## DURÉE

2 jours de formation.

# programme

## La chaîne de production de documents et les différents métiers intervenants

### Le prépresse

Définition.  
Les outils du prépresse.  
Les éléments de maîtrise de la préparation de documents : le texte, les illustrations (photos ou dessins).  
Les éléments graphiques (logos, polices de caractères...).  
Les difficultés à éviter.  
Les formats de fichiers utilisables.

### Le flashage

Les précautions à prendre et les erreurs les plus fréquentes.  
Méthodes de contrôles (différents types d'épreuves et leur fiabilité).

### Les techniques d'impression

Offset, héliogravure... Les encres.  
Les papiers.

## Le traitement des images

Les facteurs de qualité.  
De la prise de vue numérique ou argentique à l'impression (scanners, résolutions, formats...).

Les procédés de traitement de l'image (quadrichromie, bichromie, effets spéciaux, montages et incrustations).

## La gestion des couleurs

La quadrichromie.  
Les impressions de luxe (de 5 à 7 couleurs).  
Les gammes de définition ou palettes de référence des couleurs (Pantone, Cielab...).  
Principes des outils de qualité.  
La synchronisation des couleurs (étalonnages, colorsync, efficolor...).  
Étalonnage de la chaîne.  
Les précautions à prendre.

## Les façonnages

Agrafages, collages.  
Les découpes.  
L'encartage.

## Les coûts

Savoir demander, évaluer et négocier les devis.  
Mesurer les conséquences financières des modifications ou demandes imprécises.  
Visite d'un atelier de photogravure, avec présentation de cas de traitement de documents.  
Visite d'un atelier d'impression.

multimédia  
arts graphiques  
communication  
**journalisme**  
technique & langages  
alternance  
formations continues  
formations initiales

# Format PDF pour l'imprimerie

Pour tirer tous les bénéfices du format PDF

## OBJECTIFS

Maîtriser la gestion du format PDF sécurisé qui devient le standard de la chaîne graphique en résolvant les problèmes classiques de flashage, assemblage des images, respect des polices...

## PUBLIC CONCERNÉ ET PRÉREQUIS

Acteurs de la chaîne graphique, secrétaire de rédaction, maquettiste, chef de fabrication.

## DURÉE

1 jour de formation.

## programme

### Présentation du format PDF pour l'imprimerie

Les avantages : aboutissement d'années de recherche pour sécuriser les transmissions de documents du prépresse au flashage jusqu'à la gravure des plaques.  
Ses caractéristiques.  
Les précautions à prendre pour bien le maîtriser.

### Les logiciels

Les applications dédiées à la création de fichiers PDF pour l'imprimerie (Photoshop, XPress, InDesign, Illustrator Acrobat, PitStop...).

### Les paramètres techniques

Les indications à donner aux logiciels pour obtenir le meilleur résultat : paramétrage des options, réglage de compression des images, intégration des polices, protections et signatures numériques.

### Les perspectives d'évolution

Les développements à venir du PDF pour l'impression.

### Travaux pratiques

Exemples de publications qui utilisent le PDF pour transmettre leurs pages à l'imprimerie.  
Mise en œuvre pratique.

multimédia  
arts graphiques  
communication  
**journalisme**  
technique & langages  
alternance  
formations continues  
formations initiales