

Une presse scolaire électronique

1. Typo, de l'encre et des pixels

Dominique Gaye

COORDONNATEUR DU CLEMI, DIJON

Des nouvelles de Typo, journal lycéen imprimé et édité en ligne, évoqué dans ces pages en décembre 2001. Prolongement d'un projet exceptionnel piloté par le Clémi en partenariat avec quatre quotidiens.

Journal et cyberjournal scolaire né en 1998, *Typo* a eu pour ambition principale, dès ses débuts, d'offrir un espace d'expression et d'information de masse aux lycéens, notamment ceux de l'académie de Dijon. Il s'agissait d'aller plus loin que la production, si noble et utile soit-elle, d'un simple « journal du lycée », de dépasser le cadre de l'établissement scolaire. De rassembler des jeunes autour d'un même projet journalistique, parce que l'union et la différence rendent plus fort et font grandir. Au final, le but était de donner à cette parole (écrite, dessinée, photographiée ou filmée) un champ d'évolution à sa hauteur. Riche, motivée, élaborée, libre, parfois rebelle, la parole des adolescents restait toujours responsable, laïque et tolérante.

Ainsi, pour réaliser cette action citoyenne, inscrite dans le rôle de l'École et soutenue par le rectorat de Dijon, l'encre et les pixels se sont unis pour mieux dire, mieux informer jeunes et moins jeunes.

L'encre, nécessaire, complémentaire et de masse

Mais cette parole, pour avoir un sens, devait être lue. Très vite, l'enseignant et les deux anciens « journalistes scolaires » initiateurs de *Typo* ont compris qu'une diffusion de masse ne pouvait passer que par la forme imprimée. Le Web, bien



Une page du Journal de Saône-et-Loire

sûr, leur donnerait une audience plus vaste, mais avec le risque que les informations, réflexions, coups de gueule et interrogations n'aillent se perdre dans un coin de la Toile.

Seuls les quotidiens départementaux pouvaient permettre une diffusion de masse, touchant un public vaste et diversifié (en termes d'âge et de classes sociales). Premier à se lancer dans l'opération, *Le Journal de Saône-et-Loire* (71) a été vite rejoint par *Le Bien public* (21), *Le Journal du Centre* (58) et enfin *L'Yonne républicaine* (89). Les quatre quotidiens de Bourgogne offrent donc aux jeunes, tous les mois, une page clairement identifiée, qui relève de leur responsabilité.

La première page est parue le 5 janvier 1999 dans *Le Journal de Saône-et-Loire*, et ce quotidien en a publié à ce jour 55. En Côte-d'Or, dans

typo



www.e-typo.org

la Nièvre et dans l'Yonne, ce chiffre atteint respectivement 48, 41 et 25.

Ainsi un article qui paraît dans les quatre quotidiens peut être lu par 500 000 personnes : les mots prennent du poids, les photos et dessins de presse, du choc.

Publiés dans un média professionnel, les lycéens acquièrent la responsabilité de travailler leur propos, de vérifier leurs sources, de respecter la parole d'autrui. Ils reçoivent en retour les réactions des lecteurs tantôt admiratifs, tantôt réprobateurs devant une parole jeune, parfois décapante. Pas facile, pour eux, de gérer ces lettres qui les mettent en cause.

Les pixels, le multimédia, le Web : une fenêtre sur le monde

Parallèlement à la sortie de la première page « papier », Typo accédait dès janvier 1999 à Internet : le site e-typo.org était en ligne. Depuis lors, sa charte graphique a connu de nombreuses évolutions, parce que la technique évolue et que les équipes changent : elle est passée du noir au bleu pour atteindre aujourd'hui un fond blanc agrémenté de jaune ocre.

Ainsi, les vidéos réalisées, montées puis codées ont trouvé un écran pour être vues. Désormais tous les articles produits, qui ne trouvaient pas forcément de place dans la page papier – faute d'espace ou parce que jugés pas assez « grand public » –, pouvaient être aussi lus. Les jeunes auteurs de dessins de presse, qui disposaient déjà d'un espace sur chaque page « papier », pouvaient aussi s'en donner à cœur joie.

Mais le Net a également permis à chaque rédaction – une par département – de communiquer : grâce au Réseau, il devenait possible, dans un

temps réduit, d'échanger des informations, des fichiers, des images, de faire le point sur l'avancement des travaux, de mieux se connaître, de travailler en synergie... Grâce à un logiciel spécifique qui gère le site, il est également possible, depuis peu, de mettre en « pré-ligne » les articles. Ainsi, de Chalons, Nevers, Dijon, Auxerre, Timisoara (Roumanie), Hué (Vietnam), Jonquières (Québec) et bientôt Bamako (Mali), en fait de partout dans le monde, le jeune reporter, pour peu qu'il soit relié à la Toile, peut mettre en pré-ligne son travail écrit, photographié, dessiné ou filmé, suivant une feuille de style clairement définie. Ce travail est alors réceptionné, relu et éventuellement amendé par un modérateur, enseignant ou ancien membre de l'équipe devenu journaliste professionnel. Suit un travail de correction, d'approfondissement, de discussion, d'amélioration, avant la mise en ligne finale.

Grâce à une partie accessible par mot de passe, le site véhicule également des informations internes à destination des membres de l'équipe. Depuis un mois il héberge en outre un forum sur lequel les visiteurs peuvent donner leur avis ou proposer des améliorations.

Autre spécificité technique : Typo s'est lancé le premier, à l'occasion du Salon de l'Éducation 2000 à Paris, dans la diffusion sur le Net de reportages vidéo en *streaming* (c'est-à-dire en continu, en temps réel). Actuellement, la complexité et l'évolution des différents codages des vidéos pour le Net vont amener l'association à se doter, en plus du serveur logé dans ses locaux, d'un deuxième serveur dédié à la vidéo. Cela permettra au « télé-spectateur » de visionner des reportages de meilleure qualité et dans de meilleures conditions.

Encre et pixels en direct et ensemble

Pour dépasser le monde virtuel, pour toucher un plus grand nombre de lecteurs et permettre aux rédacteurs de se rencontrer, de travailler ensemble et de s'apprécier, Typo a fait deux choix :

- couverture d'événements en direct, en temps réel, en mêlant rédactionnel en ligne et imprimé. Ainsi, de 1999 à 2002, il a couvert, pour le compte de la presse départementale, le Salon de l'Éducation à Paris (qui a aussi donné lieu à la rédaction de deux magazines de 16 pages, intitulés *Educ'actu*) ;

- ouverture à la francophonie, où, là aussi, pixels et encre se sont retrouvés. C'est ainsi que onze lycéens sont partis, en avril 2001, à Timisoara (ouest de la Roumanie), enquêter sur la jeunesse roumaine. Des liens forts se sont créés avec les lycéens roumains francophones, qui réa-

« Un article qui paraît dans les quatre quotidiens peut être lu par 500 000 personnes : les mots prennent du poids, les photos et dessins de presse, du choc. »

lisent eux-mêmes un journal scolaire en français intitulé *Tirelire*.

Ce travail a débouché sur des reportages télévisuels et sur une publication papier exceptionnelle, *Typo Extra Muros*, magazine de 20 pages, titré « Roumanie : les grands chantiers » et tiré à 10 000 exemplaires, puis diffusé dans nos lycées et en Roumanie. Les Roumains sont ensuite venus faire le même travail en octobre 2001.

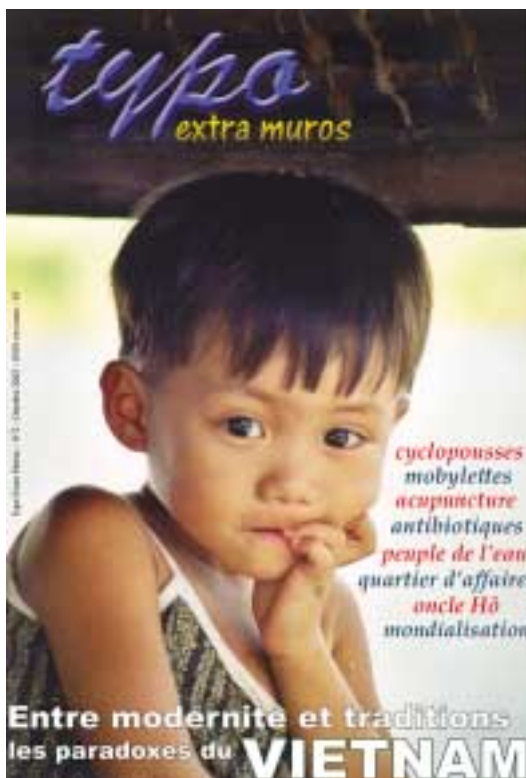
À l'été 2002, *Typo* est parti « à la conquête » de l'Asie, au Vietnam. Mission difficile dans un pays où la liberté de presse est très surveillée, pour ne pas dire plus. Nos six jeunes rédacteurs ont réalisé entre Hanoï, Danang et Hué leur deuxième *Typo Extra Muros* (« Entre modernité et traditions, les paradoxes du Vietnam »), un magazine de 24 pages tabloïd, imprimé à 10 000 exemplaires, entièrement consacré à leur reportage au Vietnam, et ont alimenté le site d'articles et de vidéos en provenance d'Extrême-Orient.

Puis, en avril 2003, direction la Belle Province et la petite ville de Jonquière (Québec), où les huit lycéens embarqués dans l'aventure ont réalisé le 3^e numéro de *Typo Extra Muros*, « Terroirs, ressources, culture, autochtones : les singularités du Québec », un magazine de 48 pages, tiré à 5 000 exemplaires, pour la première fois sur papier glacé.

Les *Typo Extra Muros* sont diffusés dans tous les établissements de Bourgogne, ainsi qu'ailleurs en France, pendant la semaine de la presse. Une partie est réexpédiée dans le pays concerné. De son côté, le magazine consacré au Québec a été distribué en juillet à Annecy à tous les participants de l'assemblée générale de l'association France-Québec/Québec-France (500 personnes), public peu habitué, dans sa majorité, à surfer sur le Net.

Au-delà de ces aventures sur le terrain, expériences inoubliables et formatrices pour les jeunes Français, les jeunes francophones hors Hexagone publient aussi leurs articles sur le site : Typo Roumanie, Typo Hué Vietnam et Typo Québec sont nés, s'expriment et ont rejoint Typo France. L'aventure va encore s'élargir puisque l'équipe française se rendra au Mali début 2004, pour réaliser le 4^e *Typo Extra Muros*. Peu de temps après, en septembre, ce seront les jeunes Québécois qui viendront en reportage en France, pour créer le 5^e *Typo Extra Muros*. Enfin, une délégation franco-roumano-québécoise devrait rejoindre l'équipe vietnamienne pour couvrir le festival de Hué, dans le centre du Vietnam, en juin 2004.

Précisions également que, parce que le monde n'est pas seulement francophone, *Typo* a envoyé en juillet 2002 au Kentucky (USA) un jeune vidéaste qui a réalisé une dizaine de reportages pour une durée totale de 80 minutes.



Vietnam, Québec et Roumanie, les trois hors-série de *Typo Extra Muros*.

Un vrai travail de journaliste pour un contenu multiple

Les sujets traités dans *Typo* sont de toute nature. La vie du lycée est certes présente (5 % des articles), mais le journal est surtout ouvert sur la vie extérieure, abordant la culture (27 % des sujets) et les faits de société (20 %). Les interviews contribuent à la diversité de l'ensemble, via les témoignages de personnalités jeunes ou moins jeunes, célèbres ou non, impliquées dans la vie associative, artistique, sociale ou sportive, qui rendent le projet plus proche de la réalité humaine de la région. L'ensemble est complété par des tranches de vie, critiques de films, de spectacles ou de livres, coups de cœur, coups de gueule, bonnes adresses, rubriques pratiques...

La contribution des autres *Typo* permet de mieux comprendre le monde, sa richesse, sa diversité et ses problèmes... une sorte de mondialisation respectueuse de tous et pour le bien de chacun.

Quel que soit le thème abordé, priorité est donnée au reportage sur le terrain, au contact direct avec ceux qui possèdent l'information, à sa vérification, son analyse, bref à un vrai travail de journaliste.

Typo vit, grandit, évolue, s'ouvre... et offre à tous, de par le monde, dans un esprit de fraternité, de respect et de tolérance, un espace libre et responsable, car c'est cela aussi la mission de l'École de la République. ●

Contacts

Typo
BP 99
lycée Nicéphore-Niépcé
71321 Chalon-sur-Saône

Tél. :
0385 434 40

Fax :
0385 4334 34

Courriel :
typo@e-typo.org

Site web :
www.e-typo.org

Responsable du projet :
Dominique Gaye, coordonnateur académique du Centre de liaison de l'enseignement et des médias d'information de Dijon (0621048336).

Rédacteur en chef Bourgogne :
Hadrien Vincent (élève en classe de terminale)

Président de l'association Typo :
Eddy Bougeot (étudiant, à Typo depuis 1999)

2. Le Méditerranéen-cyberfax!

Dominique Bouquet

COORDINATRICE GÉNÉRALE DU MÉDITERRANÉEN
CRDP DE MARSEILLE

Sur le modèle de la presse électronique, l'expérience d'un magazine conçu pour le Web et rédigé par des élèves sous le pilotage d'un établissement différent pour chaque numéro, mais toujours autour de la Méditerranée. Une initiative du CRDP d'Aix-Marseille, rattachée au programme cyberfax! du Clémi.

Depuis quelques années les adeptes du journalisme scolaire sont presque tous passés à la publication en ligne. Aujourd'hui les différents supports coexistent : des journaux papier sont toujours édités dans les établissements (parfois doublés d'une version électronique), tandis que les applications multimédias fleurissent, notamment pour rendre compte de salons, festivals ou voyages scolaires. De même, le Clémi¹ pilote toujours des journaux télécopiés à côté d'éditions entièrement numériques.

Après l'expérience exaltante de *fax!net*², le CRDP de Marseille créait, fin 1997, un cybermagazine relatif à l'aire méditerranéenne. Quoique conçu d'emblée pour le Web, sans version papier, *Le Méditerranéen*³ a notablement évolué en six ans d'existence. Cette évolution peut être mise en rapport d'une part avec celle qu'a connue la presse professionnelle en ligne, et d'autre part avec l'extension spectaculaire des usages des TICE. Et si certains de ses aspects sont spécifiques au *Méditerranéen*, bien des éléments du bilan et bien des leçons à en tirer peuvent s'appliquer à la presse scolaire électronique en général.

Un journal en ligne, pour quel public?

A priori, un journal cherche à être lu et, une entreprise de presse n'étant pas une entreprise philanthropique, le public visé est censé acheter son titre favori. Cependant, s'agissant de journa-

lisme scolaire – et la presse électronique n'échappe pas à cette règle – la phase d'enquête puis de rédaction importe davantage que le résultat final : l'édition valide la démarche pédagogique, dont elle constitue la trace tangible.

On achète un journal d'établissement pour encourager les jeunes plumes et saluer l'engagement des adultes qui les encadrent. L'achat en est en quelque sorte une B.A., et l'on se satisfait de lire le compte rendu fidèle d'une manifestation, de reconnaître les lieux ou personnages décrits, de goûter un certain humour potache. Avec la presse en ligne il n'y a même plus à sortir l'obole de sa poche, il n'y a qu'à cliquer – à condition de connaître l'adresse, qui est parfois confidentielle. Autre avantage : les productions peuvent rester indéfiniment accessibles.

Et pourtant, dans les établissements mêmes qui ont conduit de telles réalisations, les personnels et les élèves non impliqués ignorent souvent le produit. Il semble qu'à part les participants et leurs proches, trop peu de gens le lisent. Parfois aussi, des lecteurs arrivés sur les pages fortuitement, en posant une requête sur un moteur de recherche, émettent des messages plus ou moins farfelus... Mais le public initialement visé, celui de la communauté éducative, n'est pas toujours au rendez-vous : force est de constater que les lecteurs de cyberjournaux scolaires sont avant tout leurs rédacteurs, et que ce lectorat est relativement virtuel et se manifeste peu (les forums-courriers des lecteurs recueillent généralement peu de contributions).

Il est donc nécessaire de bien organiser la promotion de la parution et de faire connaître l'adresse internet au plus grand nombre, notamment dans la presse locale, si l'on veut éviter cette déception aux jeunes auteurs.

Quels participants?

À une invitation à participer lancée sur Internet comme une bouteille à la mer, répond qui veut. Dans les débuts du *Méditerranéen*, la rareté des programmes disponibles faisait aussi l'enthousiasme « pionnier » des participants. Aujourd'hui,

1. Centre de liaison de l'enseignement et des moyens d'information : www.clemi.org. Il pilote les programmes *fax!* et *cyberfax!*

2. Consacré au thème « Actualité de l'Antiquité », ce numéro était le second du tout nouveau programme *cyberfax!*, à une époque où très peu d'enseignants se lançaient dans les applications pédagogiques d'Internet. Il est toujours consultable sur le site académique d'Aix-Marseille : <http://pedagogie.ac-aix-marseille.fr/faxnet/accueil.htm>

3. <http://pedagogie.ac-aix-marseille.fr/journal>



Page d'accueil du *Méditerranéen* sur le site académique d'Aix-Marseille.

écrire sur la Toile s'est banalisé, les propositions sont très nombreuses, et l'on a peu de chances de recruter des adeptes si l'on ne s'insère pas dans un cadre connu et éprouvé (programmes du Clémi, *Histoires croisées* franco-québécoises, programmes européens, etc.).

Le Méditerranéen, comme les projets similaires, a des fidèles qui contribuent presque à chaque fois. Mais on note aussi des disparitions, et les adresses électroniques sont extrêmement volatiles, comparées à celles d'un carnet d'adresses conventionnel. D'où l'importance d'envoyer des méls ciblés aux participants potentiels. Chaque nouvel établissement responsable d'une édition du *Méditerranéen* (le rédacteur en chef change à chaque fois) apporte ses propres auteurs, et le « vivier » des correspondants possibles évolue en fonction du thème choisi et du type d'établissement qui pilote, en France ou dans un autre pays.

D'autre part, l'idée d'un « partage de codes », comme on dit pour les compagnies aériennes, autrement dit d'un double affichage, se développe : ainsi, le n° 10 doit être piloté au printemps 2004 à Alexandrie sous le double affichage *Méditerranéen / Électron libre*. Des collaborations, voire des fusions le temps d'un numéro, élargissent l'audience du magazine et lui apportent du sang neuf, sans mettre en péril sa spécificité, puisque le CRDP de Marseille, directeur de publication, est garant du respect de ses principes de base et des « invariants » qui l'identifient. *Le Méditerranéen* doit sans doute son succès et sa durée à cette souplesse, cette adaptabilité de sa formule.

La question se pose aussi de savoir sur quel site on a le plus de chances d'être vu, donc rejoint. À l'évidence un hébergement sur les sites institutionnels est plus porteur, car ils sont plus visités par le public « cible » que ceux du privé. Les sites pédagogiques des académies, par exemple, sont tous reliés entre eux, indexés au niveau national et balayés par des moteurs de recherche communs. Il en va de même pour ceux du réseau Scérén-CNDP, ceux du réseau Clémi, ceux des réseaux de la francophonie, etc.

Pour un standard de qualité internet

Ces dernières années la presse professionnelle a vu ses sites évoluer dans le sens d'une spécificité croissante du produit en ligne. En particulier, les liens vers d'autres sites utiles, et surtout les liens internes, vers d'autres articles du même numéro ou vers les archives du site, se multiplient. Aussi demandons-nous aux équipes du *Méditerranéen* de se conformer à cette règle : la recherche et la mention de liens sont l'occasion d'explorer la Toile et de prendre conscience d'un phénomène qui est l'essence même de la communication internet.

La hiérarchisation de l'information n'a plus non plus la même importance, puisque c'est le lecteur qui organise sa lecture comme il l'entend (même si une arborescence rigoureuse reste indispensable). Actuellement on ne peut pas dire que l'arborescence d'un numéro corresponde réellement à ce qu'on appelle un rubriquage dans la presse professionnelle : elle se structure plutôt autour de sous-thèmes, déclinaisons du thème principal de la livraison.

Il faut aussi lutter contre l'envahissement du texte, et réaffirmer sans cesse que les écrans du Web ont besoin d'images, et d'images qui soient parlantes en elles-mêmes et non pas seulement cantonnées à une fonction d'illustration. Photographies, dessins, graphiques, tout est possible, et tout donne lieu pour les jeunes créateurs à de fructueux apprentissages. Mais respecter la propriété intellectuelle exige que soient indiqués les crédits photographiques, et qu'on privilégie les images créées par les élèves eux-mêmes. Celles-ci doivent être retravaillées pour que les temps de



Le numéro 31 de *cyberfax!*, réalisé en mars 2003 par les élèves de Villeneuve-Saint-Georges, et le numéro 2 de la série, en 1997, consacré à l'Antiquité. Cette première expérience est à l'origine du *Méditerranéen*.



fessionnelle, se donner des critères précis pour accepter, refuser ou modifier les articles. Dans les faits ils sont toujours acceptés, mais fréquemment coupés et/ou remaniés, parfois retraduits (*Le Méditerranéen* est un magazine plurilingue, où chacun s'exprime dans sa langue et dans une ou plusieurs autres de son choix). Souvent, des titres faibles doivent être changés pour de plus percutants. Un chapeau et des intertitres sont insérés, des illustrations ajoutées, des liens posés vers d'autres articles, etc. Définir les différentes rubriques et y répartir les articles reçus en plus des siens propres est la prérogative de l'établissement rédacteur en chef. C'est lui aussi qui choisit le thème du numéro, lui enfin qui, à chaud, le matin du jour J, rédige l'éditorial.

Nous avons déjà évoqué la bienveillance *a priori* dont jouit la presse scolaire. Mais le risque est grand de n'obtenir que des textes trop gentils, au style toujours semblable, petits exposés plan-plan consécutifs à une recherche menée sans subtilité ou à partir de sources trop peu diversifiées. Pour l'éviter, *Le Méditerranéen* s'efforce de développer une thématique moins convenue, et une démarche qui soit toujours réflexive, et cela quel que soit l'âge des participants. Ainsi, dans le numéro de décembre consacré à l'habitat méditerranéen, c'est à une interrogation sur leur façon d'habiter leur espace que sont conviés les élèves, et non pas à la simple description des maisons où ils vivent.

Le second écueil, et sans doute le plus difficile à éviter, est celui d'un surinvestissement des adultes par rapport aux productions des enfants. En effet, soucieux que l'objet réalisé soit beau, ils ont tendance à prendre une part trop importante du travail, surtout vers la fin. Cette dérive, déjà constatée dans un ou deux numéros réalisés sur l'académie d'Aix-Marseille, s'est manifestée plus encore dans les deux pays du Sud qui ont piloté une édition. À cet égard *Le Méditerranéen* se trouve aujourd'hui à la croisée des chemins : désireux d'alterner les réalisations en France et à l'étranger (ainsi, les numéros 6 et 8 ont été centralisés respectivement au Maroc et en Tunisie, et l'Égypte, l'Algérie et le Liban sont en prévision), il n'entend pas aliéner un de ses principes fondateurs, qui est d'être élaboré par les jeunes eux-mêmes. Dans l'enquête et l'écriture journalistiques, dans la réalisation et le traitement des images comme dans l'écriture HTML et la construction de sites, il n'a d'autre ambition que d'être un outil au service des apprentissages des élèves. ●

chargement restent acceptables (il en va de même pour les images animées et le son)⁴.

Quelle validation pour la presse en ligne ?

Un des principes du *Méditerranéen* est qu'il y ait le jour J, dans l'établissement rédacteur en chef, un vrai comité de rédaction, composé d'une dizaine de jeunes et des adultes qui les encadrent, soit leurs professeurs et un « tandem » (rédactionnel et technique) du CRDP de Marseille. La mise à contribution de professionnels de la presse locale est également très conseillée.

Les rédacteurs d'articles, eux, peuvent être beaucoup plus nombreux. Mais ce comité de rédaction, qui est souverain, doit, même si l'on n'attend pas de lui un standard de qualité pro-

Contact
dominique.bouquet@ac-aix-marseille.fr

4. Être consultable par le plus grand nombre est l'un des principes du *Méditerranéen*: le lire n'implique donc pas nécessairement une configuration dernier cri, mais on ne s'interdira pas pour autant certains effets intéressants que permettent de nouveaux outils.