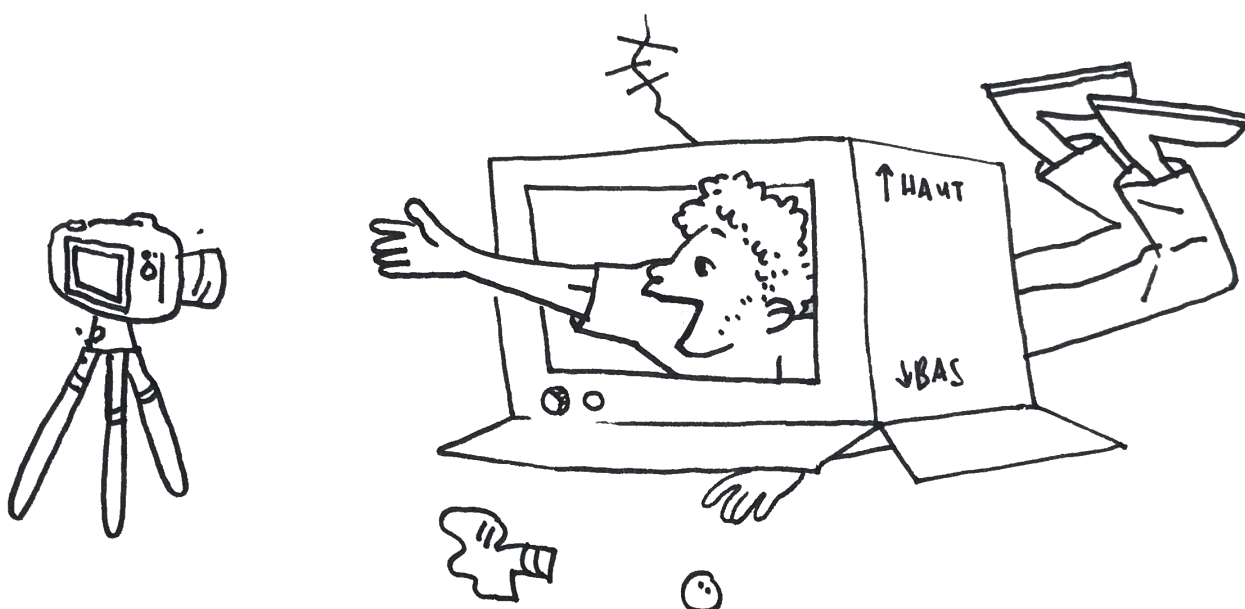


KIT CRÉER SA WEB TV

DANS VOTRE BAHUT, VOTRE QUARTIER
VOTRE VILLE, À LA FAC

PRENEZ LA PAROLE AVANT QU'ON VOUS LA DONNE



FAITES UNE WEB TV !



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

Avec le soutien de :



KIT CRÉER SA WEB TV

Web TV : Kézako ?

Ce kit est à destination de tout.e journaliste jeune souhaitant produire du contenu vidéo avec un objectif informatique. Nous utilisons le terme web TV afin de nommer ce format mais rien ne cloisonne votre production. Vous pouvez en effet la produire et la publier à votre souhait.

Nous utilisons également le terme émission, celui-ci englobe des émissions plateau mais aussi des reportages, des interviews et tous les formats que vous imaginerez ! Ce kit est là pour vous conseiller et vous guider dans la création de vos vidéos.

Depuis plusieurs années, l'association Jets d'encre mène des réflexions pour intégrer à ses actions, les médias audiovisuels (web, radio et TV) afin de soutenir et aider le développement de nouveaux médias jeunes dans les formats qui leur conviennent. Ainsi, ce kit vous propose des clés pour lancer une web TV qui vous ressemble. Sans prétention d'exhaustivité, les six fiches suivantes constituent une introduction aux différentes étapes de la création d'une web TV : de l'écriture au tournage, de vos droits et responsabilités au financement du projet. Inspirez-vous librement de ces fiches pour créer l'émission qui vous correspond.

Sachez donc distinguer ce que vous voulez faire de ce que nous vous proposons, même s'il existe des règles qu'il est toujours bon de connaître. Jets d'encre propose également des formations d'éducation aux médias à destination des rédactions jeunes qui le souhaitent. Par ailleurs, si des questions que vous vous posez ne trouvent pas réponses dans ce kit, n'hésitez pas à nous contacter et à consulter notre offre de formations disponible sur notre site !

LA CHARTE DES JOURNALISTES JEUNES

Il faut être fier de pouvoir profiter de sa liberté d'expression et d'opinion.

La Charte des journalistes jeunes est le code de déontologie de la presse jeune que l'association propose de suivre et dans lequel se reconnaissent ses adhérent.es.

Les journalistes jeunes :

1. Ont le droit à la liberté d'expression garantie par la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme et la Convention Internationale sur les Droits de l'Enfant.
2. Revendiquent le droit d'opinion et contribuent à garantir le droit de tous à l'information.
3. Prennent la responsabilité de tous leurs écrits ou autres formes d'expression, signés ou non.
4. Sont ouverts à toute discussion sur leurs publications et s'engagent par souci de vérité à rectifier toute information erronée.
5. Tiennent la calomnie et le mensonge pour une faute, sans pour autant renoncer à des modes d'expression satiriques ou humoristiques.
6. Tiennent la censure et toute forme de pression morale ou matérielle pour des atteintes inacceptables à la liberté d'expression, notamment dans les établissements scolaires, socio-culturels et toutes autres structures d'accueil des jeunes.

Directrice de publication :

Mathilde PROBEL
Présidente de l'association Jets d'encre

Editrice :

Association Jets d'encre
23, rue Dagorno - 75012 PARIS

Imprimerie spéciale

Dépôt légal :

Octobre 2020 - 1ère édition

Illustrations :

Lucie Bouchet

Kit gratuit

Nous contacter :

contact@jetsdencre.asso.fr | 01.46.07.26.76

| jetsdencre.asso.fr | obs-presse-lycenne.org |
| festival-expresso.org | concours-
kaleidoscoop.fr |



Avec la rage et le plaisir de s'exprimer, les jeunes prennent la parole dans les lieux de vie qui sont les leurs. Spontanée ou plus réfléchie, cette presse originale reste confrontée à de nombreuses difficultés. C'est pour cela que Jets d'encre consacre son activité à la défense et à la reconnaissance des journaux réalisés par les jeunes de 11 à 25 ans.

Association indépendante de rédactions jeunes, Jets d'encre apporte conseils et aide à ceux qui le souhaitent, favorise les échanges entre journaux via les événements et rencontres qu'elle met en place et mène une réflexion déontologique avec son réseau autour de la *Charte des journalistes jeunes* et de la Carte de presse jeune qu'elle édite.

Commandez nos guides sur
www.jetsdencre.asso.fr

Observatoire
des pratiques de
presse lycéenne

www.obs-presse-lycenne.org

L'IDENTITÉ DE LA WEB TV



↳ Définir l'identité de votre web TV est primordial : c'est ce qui vous permettra de fonder les bases de votre production. Cela implique d'analyser le contexte dans lequel vous publierez vos émissions et de choisir votre ligne éditoriale, c'est-à-dire votre identité visuelle mais aussi sonore, le ton général de vos propos... C'est un choix qui se fait en équipe, cela soudera cette dernière en créant une web TV qui vous plaira à tous.tes.

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

1. ANALYSER LE CONTEXTE

> Dans quel cadre est publié votre web TV ?

Groupe indépendant de jeunes, fac, service municipal jeunesse, association, collège, lycée public, privé ou agricole... C'est une question importante car chaque cadre de publication comprend ses avantages et ses inconvénients, notamment au regard de la liberté éditoriale, des moyens techniques et financiers pour réaliser vos émissions, ou encore du statut juridique de la publication. (voir la fiche n°4)

> Qui est à l'initiative ?

Selon l'initiateur.ice de la web TV, que cela soit un groupe de jeunes, un.e enseignant.e, une association ou autre vous n'aurez pas la même liberté dans les prises de décisions importantes. Si vous êtes indépendant.es de toute structure, vous n'aurez pas les mêmes contraintes éditoriales dans le choix et le traitement des sujets que si vous êtes subordonné.es à une structure. De plus, cela peut avoir un impact dans le choix des personnes qui auront la parole sur votre web TV.

Qui prendra les décisions importantes ?
Qui aura la responsabilité de la diffusion ?

> A qui se destine votre web TV ?

Quel est votre public cible ? Vous pouvez choisir de vous adresser à une audience large ou viser un public plus spécifique. Avez-vous une cible d'âge ? Quelle est la zone géographique de diffusion (établissement scolaire, quartier, ville, etc.) ? Savoir à qui vous vous adressez sera déterminant pour votre ligne éditoriale, votre ton et l'identité de votre production.

2. LE PROJET ÉDITORIAL

> Quels objectifs ?

Quels messages souhaitez-vous transmettre ? Quelles sont vos valeurs ? A qui voulez-vous donner de la visibilité ? Avez-vous un objectif informatif, pédagogique ou encore militant ?

Quelles que soient vos motivations, informez clairement votre audience de vos objectifs afin qu'elle comprenne votre ligne éditoriale. Vous pouvez par exemple avoir un petit texte sur votre site ou dans les notes de chacune de vos émissions précisant vos intentions.

> Quel nom ?

Choisissez un titre accrocheur et singulier pour votre web TV, qui colle à votre ligne éditoriale et qui explicite clairement votre identité. Il vous permettra de toucher plus facilement votre public cible et de le fidéliser. Assurez-vous qu'il n'existe pas déjà une web TV ou un autre média ayant le même nom.

> Quel ton ?

Les choix esthétiques, aussi bien visuels que sonores, sont tout aussi importants que votre nom dans l'identité de votre création. Pour cela il y a différents éléments à prendre en compte :

- Le logo : Il doit être représentatif de l'identité visuelle de votre production.
- Identité visuelle : La manière de monter vos vidéos mais aussi tous les éléments graphiques qui apparaissent de manière régulière doivent être reconnaissables. Les téléspectateur.ices sont censé.es reconnaître votre émission en un seul coup d'oeil.
- Identité sonore : Le son a un rôle plus important que l'on ne le croit dans une émission filmée. Au delà de l'identité visuelle il est important d'avoir des jingles et autres éléments sonores reconnaissables pour fidéliser votre public.

3. LES CHOIX TECHNIQUES

> **Quel format ?** (lives, reportages, émissions en différé)
Choisissez un format qui correspond à votre sujet et au nombre d'intervenant.es, cela peut être une interview, un reportage ou encore une chronique. Pour chaque émission, ayez en tête la longueur approximative de chaque partie. Pour cela, préparez en amont un conducteur qui aidera l'animateur.ice à gérer le temps

de parole de chacun.e. Si vous diffusez en direct il faudra bien gérer votre temps pour vous assurer de finir dans la durée impartie.

Dans le cadre d'une émission en différé, vous êtes libre de choisir la longueur de votre émission. Si nécessaire, celle-ci peut varier d'un épisode à l'autre. Par exemple, si vous avez un.e invité.e extraordinaire, ne vous restreignez pas à votre format habituel, si vous avez encore des questions à explorer, faites-le ! Couper le tournage au milieu d'une discussion passionnante

serait frustrant pour vous, pour votre invité.e et pour vos téléspectateur.ices. Renseignez-vous tout de même avant l'émission du temps maximal que votre invité.e vous accorde.

> Quel rythme de diffusion ?

Choisissez un rythme de diffusion que vous pourrez tenir et qui est pertinent avec le sujet que vous traitez. La régularité de la diffusion permet de fidéliser vos téléspectateur.ices en leur donnant un rendez-vous. Le format web vous donne davantage de souplesse que la

TV, profitez-en (voir module n° 3, partie 4). Si vous souhaitez réaliser des émissions hors-série pour couvrir un événement particulier, allez-y ! Si vous êtes dans l'impossibilité de réaliser votre prochaine émission, pas de panique. L'important lorsque vous sortez de votre rythme habituel de publication est de communiquer avec vos téléspectateur.ices (via les réseaux sociaux, des mails, etc.) afin qu'ils.elles soient informé.es.

LES FONDAMENTAUX DE LA WEB TV



la micro cravate.

Il est important d'adapter son matériel à son projet, en prenant compte de son budget. Il existe plusieurs possibilités, plus ou moins coûteuses, pour se lancer dans la prise de son, l'enregistrement et le montage de sa création. Voici quelques conseils pour choisir le matériel et les logiciels qui correspondent à vos besoins.

1. LE MATÉRIEL

> L'indispensable

Il est de plus en plus facile de réaliser sa web TV avec la qualité d'image actuelle de certains téléphones portables. Alors pour vous retrouver dans le matériel voici un petite liste.

Pour filmer :

- **Une caméra ou un appareil photo reflex** : pour pouvoir filmer vous aurez besoin d'une caméra, d'un appareil photo ou de votre téléphone portable s'il a une bonne qualité. Il existe des caméras en tout genre qui ont chacune leurs spécificités. Nous vous conseillons les reflex d'entrée de gamme des marques Canon ou Nikon, selon votre budget (D3300 pour Nikon / EOS 100D pour Canon).

Si vous optez pour faire des reportages ou que vous filmez avec votre téléphone, vous pourrez également opter pour un "kit mojo", composé d'un stabilisateur, de poignées et grip, d'un micro, d'un petit kit lumière, etc. Il devra être adapté à votre téléphone actuel.

- **Trépied** : En fonction de l'outil que vous utilisez pour filmer, vous devrez l'adapter. Il vous permettra d'avoir une image stable et de prendre différents plans plus facilement. Leur

prix dépend de leur taille et de leur qualité mais nous vous conseillons la marque Manfrotto, qui fait référence, avec un prix d'entrée pour les trépieds aux environs de 60€.

- **Une carte SD** : Selon votre caméra vous aurez besoin d'un espace de stockage voire même de plusieurs au cas où votre première carte serait pleine en cours de tournage.

- **Des piles ou batteries** : En fonction de votre caméra vous aurez besoin de piles ou d'une batterie avec son chargeur voire même de deux si elle est déchargée en plein tournage. Pensez bien à les mettre à charger après le tournage pour pouvoir les réutiliser la prochaine fois.

- **Un logiciel de montage** (voir module 2 point 2)

Pour enregistrer le son :

Selon la qualité de votre caméra, vous aurez peut-être besoin d'un micro supplémentaire.

- **Le micro de caméra** : Micro à brancher et à attacher directement sur la caméra pour enregistrer le son dans son ensemble.

- **Un micro XLR** : A brancher directement sur la caméra ou un enregistreur il vous permettra d'enregistrer la voix d'une personne ou de plusieurs selon son orientation. Il peut également servir lors d'une émission plateau, les intervenant.es peuvent l'avoir devant eux. On le verra donc à la caméra.

- **Le micro cravate** : Il s'attache directement sur la personne qui parle pour enregistrer sa voix.

Lors de leur achat, ces micros sont fournis avec des câbles précis. Si vous souhaitez plus d'information sur ceux-ci ou les micros nous vous invitons à lire le kit "Créer sa webradio".

> Pour aller plus loin

- **Kit de lumière** : Ce kit vous permettra d'avoir une meilleure luminosité en étant moins dépendant.es de la météo. Ils sont intégrés sur la monture des caméras professionnelles mais vous pouvez en trouver pour des reflex ou pour des kit mojo (voir point plus haut).

- **Fond vert** : Si vous enregistrez en plateau ou que vous faites de la fiction, le fond vert peut vous être utile afin de pouvoir intégrer des images via un logiciel de montage.

2. LES LOGICIELS

> Quel logiciel utiliser ?

Pour vous aider dans votre montage vidéo, vous pouvez vous appuyer sur une multitude de logiciels de montage, gratuits ou payants. Pour vous aider dans votre choix, voici une liste de logiciels à utiliser en fonction de votre niveau.

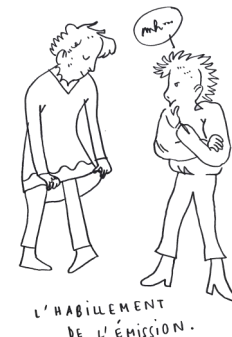
> Comment organiser le montage ?

Vous pouvez organiser le montage de la manière dont vous le voulez : avoir une personne qui s'occupe spécifiquement du montage de vos émissions ou opter pour plus d'autonomie où chaque journaliste jeune gère le montage de sa propre production. Si plusieurs personnes réalisent du montage, assurez-vous d'utiliser le même logiciel, cela vous facilitera la vie et vous permettra de créer votre propre identité visuelle qui vous sera dès lors propre. N'hésitez pas à créer un dossier commun dans lequel vous pouvez répertorier l'ensemble des éléments nécessaires à vos émissions (jingles, virgules, logo...).

Logiciel	Lien de téléchargement	Utilisation
Shotcut	https://shotcut.fr.uptodown.com/windows	Logiciel plutôt simple d'utilisation. Convient à tout type de format vidéo. Idéal pour l'habillage de votre vidéo. Gratuit.
iMovie	https://www.apple.com/fr/imovie/	Logiciel idéal pour « professionnaliser » vos vidéos. N'est adapté qu'aux ordinateurs disposant d'IOS. Gratuit.
Adobe Premiere Pro CC	https://www.adobe.com/fr/products/premiere.html	Logiciel professionnel largement plébiscité par de nombreux professionnels. 24€ par mois.

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

LES FONDAMENTAUX DE LA WEB TV (SUTE)



2. LES LOGICIELS (BIS)

> **Que faire face à son logiciel de montage ?**

- Le dérushing

Avant toute chose, il convient de regarder une première fois vos rushes (ensemble des extraits filmés) en entier avant d'entreprendre quoi que ce soit. Cela vous permettra d'effectuer un premier tri.

Ensuite, il est nécessaire de « dérusher » votre émission. Par dérusher, on entend le fait de sélectionner les plans les plus intéressants vis-à-vis de votre propos et donc de supprimer les plans qui n'appuient guère votre argumentation (notamment les plans où vous faites une erreur lors de la lecture de votre script ou bien les longues pauses et les mots de remplissage tels que "euh", "ben", "donc", etc). N'ayez pas peur de faire un grand tri si vous trouvez votre vidéo longue car il est préférable de partir sur une vidéo courte entraînante plutôt que sur une longue vidéo. Pour vous aider dans cette étape, n'hésitez pas à classer vos rushes dans différents dossiers sur votre ordinateur pour y voir plus clair. Regroupez notamment vos plans par thématique ou bien par ordre chronologique.

- Création de votre "ours"

Une fois le dérushing terminé, vous allez pouvoir passer au montage image de votre

émission à partir du logiciel de votre choix (cf M2 "Quel logiciel utiliser"). La première étape de votre montage consiste à créer « l'ours » de votre émission avant de venir l'habiller. Par "ours", on entend la succession de vos plans mis bout à bout. Pour créer votre « ours », n'hésitez pas à vous appuyer sur votre script et votre story-board. Cette première vue d'ensemble vous permettra de voir si l'émission respecte l'idée projetée.

- Affinage de vos plans

Une fois votre « ours » créé, vous allez pouvoir affiner chaque plan un par un et habiller votre émission, notamment grâce à l'aide d'effets visuels et sonores qui vont vous permettre de dynamiser votre émission. La première étape est de faire en sorte de travailler vos transitions (c'est-à-dire le temps de pause entre deux différents plans). Pour cela vous pouvez soit utiliser un "fondu au noir", qui évoque une ellipse temporelle, soit un "fondu enchaîné", qui va vous permettre de rendre un peu plus vivante votre émission, ou bien une transition franche, autrement dit vous passez d'un plan à un autre sans aucun effet de transition.

- Habillage sonore

L'habillage sonore consiste d'une part à supprimer les nuisances sonores et d'autre

part à créer une identité sonore à votre émission. Pour éliminer les nuisances sonores, servez-vous des préférences des plug-ins de suppression de bruits pour maximiser la qualité de votre son. N'hésitez pas à ajouter des bruitages pour dynamiser votre émission (vous pouvez en trouver sur des sites comme Universal-SoundBank, Sound-fishing.net). Vous pourrez éventuellement être amené.es à ajouter de la musique pour animer. Il faut néanmoins faire attention aux droits d'auteurs (cf module 5). Ensuite, il faut normaliser les sons, autrement dit vérifier qu'ils aient tous le même volume au long de l'émission sans saturer. Une astuce pour réussir cette partie de votre montage : fermez les yeux et écoutez toute votre émission. Cela vous permettra de vérifier la qualité sonore de l'émission car votre cerveau se concentre uniquement sur cela.

- Exportation de la vidéo

La dernière étape consiste enfin à exporter votre vidéo et à la mettre en ligne. Avant cela, regardez plusieurs fois votre vidéo pour être sûr.es que tout est dans l'ordre. Ensuite, exportez votre vidéo en format MP4, FLV et F4V (Flash Video), idéals pour la diffusion sur Internet.

3- LA PUBLICATION

Il existe beaucoup de plateformes sur lesquelles vous pouvez publier vos émissions. Pour vous aider à choisir, voici une petite sélection. N'oubliez pas d'assurer l'archivage de vos émissions en plus de leur publication (quelle que soit la plateforme).

Hébergeurs

Youtube

- Plateforme très connue
- Utilisation et monétisation facile
- Partage de vidéo public et privé
- Gratuit
- Manque d'autonomie
- Protection des données limitée

Wordpress plugin

- Utile si vous avez déjà un site sur wordpress
- Les fonctionnalités dépendent du plug in
- Manque de visibilité
- Difficulté de prise en main
- Payant (prix en fonction du plug in)

Vimeo

- Facilité d'utilisation
- Protection des données
- Partage de vidéo public et privé
- Manque de visibilité
- Limite de 500 MO/semaine

Peertube

- Liberté de création
- Protection de l'environnement et de vos données
- Manque de visibilité
- Prise en main pas évidente

Votre site internet

- Liberté de création
- Protection de vos données
- Manque de visibilité
- Prise en main pas évidente
- Demande plus de communication

FILMER POUR ÊTRE VU

Il vous faut maintenant appréhender votre émission : la manière de filmer, votre texte et la communication pour diffuser au mieux. Animer ou participer à une web TV n'est pas une chose facile au début, notamment parce que c'est un média qui a ses propres spécificités, et qu'il n'est pas simple de parler aisément devant une caméra. Mais avec un peu d'habitude et de courage, la tâche est loin d'être insurmontable !

1. LE CONDUCTEUR

Enregistrer dans les conditions du direct rendra votre émission plus dynamique. Que celle-ci soit réellement en direct ou diffusée en différé, vous apprendrez beaucoup en tournant dans de telles conditions. Toutefois cela demande une bonne préparation pour éviter les moments de flottement. Pour cela, nous

vous conseillons d'utiliser un conducteur dans lequel vous définirez l'ordre de l'émission. Il est généralement fait par l'animateur.ice qui s'assure de faire le lien entre tou.tes les participant.es et la technique. Grâce au conducteur, au début de l'émission, tout le monde connaît exactement son déroulé pour éviter les blancs ou le lancement du mauvais sujet par exemple.

2. UTILISATION DE LA CAMÉRA

> L'enjeu numéro 1 : la lumière

Pour bien filmer, il faut comprendre un petit peu ce qu'il se passe dans l'appareil que vous tenez dans les mains. Une caméra numérique capte de la lumière et la retranscrit sous forme d'images pixellisées. L'enjeu est donc de jouer avec différents paramètres afin d'obtenir une image agréable à l'oeil.

-Le **diaphragme**. C'est un élément mécanique situé devant le capteur de votre appareil. Il faut imaginer cela comme une petite porte qui s'ouvre et se ferme en son centre, faisant rentrer plus ou moins de lumière. Ainsi plus il est ouvert, plus il y a de lumière qui rentre et donc plus votre image sera lumineuse. Mais attention à ne pas se retrouver en surexposition (une image trop éclairée, blanche). Sur une caméra classique, l'ouverture du diaphragme est mesurée selon des valeurs : f/1,4; f/2; f/2,8; f/4; f/5,6; f/8; f/11; f/16; f/22; f/32. Plus le chiffre est petit, plus votre diaphragme est ouvert.

-**ISO ou gain**. C'est la capacité de votre caméra à augmenter artificiellement la lumière perçue par votre capteur. Ce paramètre va être nommé **ISO** (valeurs classiques situées entre 50 et 6400) sur des appareils photo type Reflex, ou **gain** (valeurs classiques mesurées en "db" situées entre 6db et 18db) sur des caméras plus classiques. Plus vous montez dans ces valeurs, plus votre image sera claire. Mais attention cela implique une contrepartie : ce réglage artificiel, si vous

en abusez trop, va altérer la qualité de votre image. Vous verrez alors apparaître sur votre image un effet de grain, appelé "bruit".

-La **vitesse d'obturation** (en anglais shutter angle ou shutter speed) C'est un élément numérique qui va s'allumer et s'éteindre pendant que vous filmez. Lorsqu'il est allumé, le capteur reçoit de la lumière, quand il est éteint, non. Si la valeur de cette vitesse est de 1/50ème, cela veut dire que votre obturateur va s'éteindre 25 fois (et donc s'allumer 25 fois) en une seconde. Il existe là-aussi une contrepartie : avoir une vitesse d'obturation lente peut vous permettre d'avoir beaucoup de lumière, mais cela peut aussi créer des traînées de couleurs lorsque ce que vous filmez en vous déplaçant (c'est le flou de mouvement).

>La balance des blancs

Pour que votre caméra capte une balance de couleurs équilibrée à votre oeil, vous devez lui montrer ce que vous percevez comme blanc. La technique est simple, vous tendez un élément blanc devant la caméra (généralement une feuille de papier), à l'endroit où votre sujet principal se tiendra. Vous pouvez zoomer afin que la feuille prenne un maximum de place sur l'écran puis vous appuyez sur le bouton "balance des blancs" de votre appareil. La feuille devrait apparaître alors blanche comme neige sur votre écran !

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

CONDUCTEUR - TV Jets d'encre - 24 aout 2020

00:00	GENERIQUE	30s
	Jingle	10s
	MICRO 1/CAMERA 1 : Sommaire : Animateur.ice	20s
00:30	CHRONIQUE : la presse jeune kezako ?	2min
	MICRO 1 /CAMERA 1 : Lancement : Animateur.ice	10s
	MICRO 2/CAMERA 1 : Journaliste	1min 40s
	Jingle	10s
02:30	CHRONIQUE : les jeunes font de la web TV !	3min 30s
	MICRO 1/CAMERA 1 : Lancement : Animateur.ice	10s
	MICRO 3/CAMERA 1 : Intervenant.e 1	1min
	MUSIQUE : Let it go - Frozen	1 min 20s
	MICRO 3/ CAMERA 1: Intervenant.e 2	1min
	Jingle	10s
06:00	CLOTURE	30s
	MICRO 1CAMERA 1 : Animateur.ice	20s
	Jingle	10s

Comment paramétrer votre caméra ?

Le mode automatique ne permet pas d'interagir avec les paramètres. La caméra fait tout toute seule. Très efficace, ce mode offre néanmoins un rendu image qui n'est pas satisfaisant dans certaines conditions (lieu sombre par exemple).

Le mode semi-automatique permet de sélectionner un paramètre parmi ceux cités au dessus. Il sera modulable, tandis que les autres seront réglés automatiquement. Un bon compromis dans des situations qui demande de la réactivité.

Le mode manuel donne la main sur tous les paramètres en même temps. Mais il demande de la réactivité si les éléments extérieurs (lumières, couleurs) changent. Un mode à utiliser quand on est un peu expérimenté.e donc !

Sur chaque appareil, des boutons sont dédiés à la modification de ces paramètres, à vous d'être curieux.se.s et d'aller voir dans la notice de votre appareil quel bouton correspond à quoi. De toute façon, il n'y a pas de secret, il faut pratiquer pour se sentir à l'aise !

FILMER POUR ÊTRE VU (SUITE)



3. CONSEILS D'ÉCRITURE ET DE TOURNAGE

La préparation de votre tournage est un élément-clé dans le bon fonctionnement de votre émission. Pour bien le préparer, il vous faudra allier la préparation de l'émission avec l'écriture de celle-ci mais aussi avec la logistique du tournage pour être sûr.e.s de ne pas se retrouver à manquer d'un élément important le jour J.

> Écriture de l'émission

Nous en avons déjà parlé mais le conducteur est essentiel dans l'écriture de votre émission. Cette trame vous permettra de répartir les informations d'une manière simple et efficace. Au-delà du conducteur qui donne des informations très techniques, il vous faut aussi préparer chacune des parties de votre émission. Une fois le conducteur prêt, c'est donc le rôle de chaque participant.e de préparer sa chronique, son interview ou ses lancements. Selon votre préférence vous écrirez tout ou peu, nous vous conseillons de toujours prendre au moins

quelques notes pour ne pas perdre le fil et devoir recommencer en plein tournage. Pour rendre votre émission dynamique, nous vous recommandons de faire des phrases courtes et de toujours chercher à mettre le plus important au début, pour retenir l'attention de vos téléspectateur.ices.

Aussi, n'hésitez pas à varier les formats : interviews, micro-trottoirs, reportages, etc. Cela vous permettra aussi d'interagir avec différent.es acteur.rices voir avec vos auditeur.rices.

Pour voir si ce que vous avez écrit fonctionne, lisez-le à voix haute, imaginez-vous en plein tournage, vous pouvez même vous filmer : cela vous permettra de voir de façon simple les défauts qui peuvent rester. Cette vidéo test, vous pouvez la montrer à d'autres pour avoir leurs avis, qui vous permettront de faire évoluer votre pratique. Toute cette préparation peut sembler superflue, mais c'est celle-ci qui

changera tout le jour du tournage.

> La logistique d'un tournage

Préparer un tournage n'est pas anodin et cela demande une certaine rigueur, alors pour ne pas vous y perdre voici quelques conseils. Pour rappel, un tournage bien préparé c'est un tournage durant lequel les imprévus ne sont pas un souci.

> **Avant le tournage** : Au cours de l'écriture de votre émission, vous imaginez des lieux de tournages, des invité.es et plein d'autres choses. Ainsi il faut prendre le temps de contacter ces potentiel.le.s invité.es, mais aussi de visiter les lieux où vous souhaitez tourner. Faire un repérage vous permettra d'anticiper les plans que vous souhaitez faire et ainsi de savoir dans quel ordre sera tournée chaque partie de votre émission, par quel plan vous commencerez... En plus du repérage, assurez-vous quelques jours en amont que vous avez tout le matériel nécessaire.

L'idéal peut être d'en faire une liste pour être sûr.e.s de ne rien oublier.

> **Le jour J** : En arrivant, séparez-vous en plusieurs équipes : d'un côté la technique qui prépare le matériel, de l'autre les animateur.ices qui vont discuter avec les intervenant.es ou juste entre eux pour recaler le déroulé de l'émission. Une fois tout le monde bien installé vous pouvez tourner, allumer la caméra, moteur, action et c'est parti. Pendant les pauses au cours du tournage, coupez l'enregistrement et la caméra pour préserver la batterie et la place sur votre appareil.

> **Après le tournage** : Triez vos rushes (ensemble des extraits filmés) et nommez-les, assez rapidement pour ne pas vous y perdre lors du montage. Ce tri, bien que long à faire, vous servira aussi plus tard si vous voulez un jour retrouver un ancien rush. Une fois les rushes organisés, place au montage puis à la publication !

4. FAIRE CONNAÎTRE SA WEB TV

Faire connaître vos émissions est à la fois valorisant et essentiel pour qu'elles soient visualisées ! Outre les méthodes habituelles (bouche-à-oreille, diffusion aux proches, affiches dans son lycée ou sa ville...), le web vous donne de nombreuses opportunités de diffuser vos créations.

> Utiliser les réseaux sociaux

Ce sont des moyens de communication efficaces pour faire connaître votre web TV, partager vos émissions, voire même les héberger. Il est probable que les téléspectateur.rices soient plus enclin à cliquer sur le lien partagé sur les réseaux sociaux qu'à aller d'eux-mêmes régulièrement sur le site.

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

- Créez du lien entre vos communautés et votre web TV : des options

sont possibles via les widgets, les plugins Facebook ou les autres médias sociaux sont relativement faciles à mettre en place sur votre site.

> Les newsletters

Certaines plateformes proposent un système de newsletter vous permettant de fidéliser votre auditoire. Cette newsletter peut rendre compte des dernières actualités du mois. Travaillez sur la temporalité de la newsletter (mensuelle, trimestrielle, annuelle) et gardez le rythme sans envoyer trop de newsletters pour ne pas lasser vos abonné.es.

> Développer des partenariats

D'autres associations (jeunesse, culture, éducation, étudiant) ou web TV pourront peut-être relayer vos contenus. N'hésitez pas à aller les rencontrer. Selon la thématique de votre web TV et son cadre, pensez aussi à votre établissement scolaire, votre université (UFR, service communication, etc.) ou votre mairie qui pourraient vous aider dans la diffusion de vos contenus.

> Interagir avec le.a téléspectateur.rice

Une web TV, comme un site web, facilite l'interaction. Insérez des commentaires, dédiez une page de discussion, animez vos réseaux sociaux ou organisez des rencontres réelles pour rendre physique ce lien avec vos auditeur.trices !

TRAVAILLER EN ÉQUIPE



► Pour se lancer dans une aventure webTVique ou webTVesque, vous pouvez le faire seul.e ou constituer une véritable équipe dont chaque membre a un rôle nécessaire au bon fonctionnement du projet. La bonne entente et la bonne organisation sont de mise pour un résultat à la hauteur de vos attentes !

1. S'ORGANISER

> Poser ses idées

Quand vous commencez à réfléchir pour lancer votre webTV, c'est sûrement que vous avez déjà trouvé une idée. Si ce n'est pas le cas, une bonne manière de trouver précisément sur quoi vous voulez écrire, filmer, et tourner : c'est de poser toutes vos idées sur une feuille, les relier, les combiner afin d'obtenir un concept qui serait à vos yeux unique et passionnant.

> Recruter

Pour vous lancer, une équipe peut vous être d'une grande aide. Avant de partir à l'aventure, vous allez sûrement parler de votre projet autour de vous. Peut-être que des ami.e.s et des proches voudront se joindre à votre entreprise ! Sinon, vous pouvez en parler sur vos réseaux sociaux, dans votre collège, votre lycée, votre fac...

Pour se faire, vous pouvez créer une affiche qui fixe une date de réunion durant laquelle vous présenterez votre projet et ses grandes lignes. Grâce à votre présence sur Internet, vous pouvez recruter sur vos réseaux sociaux et faire parler de vous sur la toile ! Une fois qu'un groupe de personnes est autour de vous, vérifiez bien que celles-ci ont les mêmes motivations que vous et veulent construire un projet qui vous correspond. A cette étape, vous savez avec qui vous avancerez ou si vous préférez avancer seul.e.

> Trouver et gérer une équipe

Une fois que vous avez trouvé des partenaires de travail avec les mêmes envies, les mêmes buts, mais éventuellement pas les mêmes compétences, vous allez devoir gérer cette équipe. La meilleure manière est de définir qui fait quoi : se donner des rôles. En fonction de vos

compétences (déjà acquises ou pas encore), vous allez vous répartir les rôles-clés : monteur.euse, réalisateur.rice, script, animateur.rice, reporter... Une fois l'équipe constituée, pour permettre un travail sans tension, il est préférable que vous vous fixiez des règles communes, comme des échéances à respecter ou une ponctualité aux réunions par exemple.

> Fixer des échéances

Dans l'équipe, chacun.e aura des missions définies au préalable qu'il s'agit de remplir dans un temps donné pour permettre le bon déroulement de la création de vidéos. Ce sont donc des échéances connues de tous.tes que vous allez mettre en place. Cela peut passer par l'utilisation d'un agenda partagé, tel que Google Agenda ou Doodle qui proposent. Ceci vous permettra d'avoir un rythme de publication régulier et de prévoir les

problèmes de dernière minute.

> Se réunir

Lorsque vous allez commencer à vouloir travailler sur votre webTV, il va falloir coordonner les personnes qui seront avec vous. Vous pouvez vous réunir en présentiel, si jamais votre équipe est géographiquement proche, ou alors grâce à des plate-forme de visioconférence comme Jitsi meet, Teams de Microsoft, Zoom, Skype, Whereby, Messenger ou en simple appel avec Discord. Pour fixer une date de réunion, si vous êtes nombreux.ses, le plus facile est d'utiliser un outil comme Framadate ou Doodle qui permettent de coordonner des disponibilités. Avec ces outils, vous remplissez un calendrier avec les horaires qui vous correspondent et le logiciel vous propose automatiquement l'heure qui a reçu le plus de vote.

2. LES OUTILS

> Communication

Il existe beaucoup d'outils de communication pour la transmission de vos informations au sein de votre groupe de travail. Il est préférable d'utiliser une seule application afin de centraliser vos échanges et vous permettre de vous y retrouver. Vous pouvez utiliser les plus connus (comme Messenger ou Whatsapp), mais certaines plate-formes de communication plus professionnelles (comme Slack) proposent des fonctionnalités de travail qui vous faciliteront la transmission de données, fichiers...

> Travail collaboratif et regroupement des documents de travail

Pour travailler en équipe vous allez probablement utiliser des documents commun comme votre conducteur. Afin de pouvoir les modifier ensemble et qu'ils soient accessibles à tou.te.s nous vous conseillons d'utiliser un drive tel que celui de google ou microsoft. Ces outils vous permettent aussi d'autres fonctionnalités : créer des dossiers accessibles à plusieurs, ce qui permet de créer des archives, centraliser et mutualiser le travail dans un même lieu numérique, et même partager des rushes quand plusieurs personnes en ont. De plus, si vous vous organisez en équipe, il est possible que vous soyez obligé.es de vous envoyer des scripts, des rushes, ou des photos de bonnes qualités qui ont une taille numérique trop grande pour les envoyer par mail. Vous pouvez donc utiliser votre Drive si vous en avez un, ou bien Meerodrop ou Wetransfer qui proposent d'envoyer en ligne des documents lourds gratuitement.

3- SE FORMER ET TRANSMETTRE

> Acquérir des compétences grâce à Jets d'encre

Sur le site de Jets d'encre, vous pouvez retrouver des ressources et notre offre de formation pour vous guider dans vos projets et vous soutenir en cas de problème. Vous pouvez aussi contacter des services comme SOS censure en cas de questions sur vos droits ou si vous vous faites censurer.

> Demander conseil

Les retours que vont vous donner vos proches et vos amis sont des précieuses informations. En effet, leurs conseils peuvent vous guider et vous faire prendre du recul sur vos créations.

> Constituer des archives

A chaque étape de la création et du développement de la webTV, il faut garder des notes, pour assurer une continuité et ne pas reprendre une

partie du projet à zéro en cas de départ d'une personne de la webTV en cours de projet. Comme dit plus haut, constituer un drive permet de centraliser les documents importants au bon fonctionnement de votre webTV. Il est important de sauvegarder régulièrement les éléments de votre drive chez un.e des membres de la rédaction afin de ne pas perdre les archives en cas de problème informatique.

> La formation continue

A tout moment de l'année, des personnes peuvent rejoindre le groupe de travail, et en vous appuyant sur vos archives et sur vos expériences, vous devrez former et informer les nouveaux.elles arrivant.es. Pour se faire, vous pouvez créer des des fiches pratiques sur les connaissances fondamentales nécessaires.

DROITS ET DÉONTOLOGIE



1. VOS DROITS

La liberté d'expression est un droit fondamental qui est assuré et encadré par de nombreux textes français et internationaux. Dans le cadre français, la liberté d'expression est définie par la loi de 1881 qui lui fixe un cadre et elle est protégée par la Déclaration des Droits de l'Homme et du Citoyen de 1789. Au niveau international, l'article 19 de la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme de 1948 stipule

que « tout individu a droit à la liberté d'opinion et d'expression ». De plus, la Convention Internationale des Droits de l'Enfant de 1989 déclare à l'article 13 que « l'enfant a droit à la liberté d'expression. ». Enfin, pour les élèves, la loi d'orientation sur l'éducation stipule que « les élèves disposent du principe de neutralité ». Comme une web TV est diffusée par Internet, la loi pour la confiance dans l'économie numérique (LCEN) vous concerne, en définissant les droits et responsabilités sur Internet.

2. LES LIMITES

> Les mentions légales obligatoires

Quel que soit l'endroit sur lequel vous publiez vos vidéos, vous devez obligatoirement mettre des mentions légales :

- Le nom de ton.ta directeur.rice de publication, car iel est responsable juridique du contenu de l'émission publiée,
- L'adresse (email ou postale) de correspondance de la webtv pour permettre le droit de réponse des lecteur.rices,
- Le nom de l'hébergeur du site internet

> Les délits de presse

La liberté d'expression est limitée par les délits de presse. En effet, on peut parler de tout, mais pas dire n'importe quoi. Ces délits de presse sont :

- **la diffamation**, ou "toute allégation ou imputation d'un fait qui porte atteinte à l'honneur ou à la considération d'une personne ou d'un corps".
- **l'injure**, ou "toute expression outrageante, termes de mépris ou invective qui ne renferme

l'imputation d'aucun fait".

- **les atteintes au droit à l'image et au respect de la vie privée** : par exemple l'utilisation sans autorisation d'une photo ou d'un enregistrement d'une personne dans un cadre privé.

- **les incitation au trouble à l'ordre public** : incitation aux crimes et délits, à l'usage de stupéfiants, à la violence, à la discrimination religieuse, raciale ou sexuelle...

- **le délit de fausses nouvelles**, ou "la publication, la diffusion ou la reproduction de nouvelles fausses, de pièces fabriquées, falsifiées ou mensongères attribuées à des tiers". Tout ce qui est sur le net reste sur le net, les traces numériques disparaissent difficilement. Pour les personnes diffusant des contenus uniquement au sein d'un établissement scolaire, il y a un délit de presse en plus : Le prosélytisme religieux, commercial, politique.

> Le droit de réponse

Si vous citez ou parlez d'une personne dans une de vos vidéos, vous devez donner la possibilité à cette dernière de donner son avis

sur les faits auxquels elle est associée. Cela s'appelle le droit de réponse. Et ça passe par la possibilité, de fait, de vous joindre, grâce aux coordonnées que vous laisserez accessibles.

> Le droit à l'image, le droit à la voix et le droit d'auteur

Il faut demander une autorisation si vous voulez diffuser un texte, une image, une vidéo et même une voix de quelqu'un. Cette autorisation peut être écrite ou orale, signée et datée si elle est écrite, mais il vaut mieux garder une preuve en cas de conflit. Du côté du droit d'auteur, celui qui concerne les œuvres, il existe des exceptions. Certaines images et certaines musiques sont dites « libres de droit », c'est-à-dire qu'on peut les utiliser sans autorisation expresse. Cependant, il faut citer l'auteur.e dans tous les cas. Une autre exception est le droit de citation : dans un contexte pédagogique ou d'information, vous pouvez utiliser une courte citation d'une œuvre. Cette courte citation doit donc être proportionnellement faible comparée à l'œuvre.

4. LE RAPPORT À L'IMAGE

Écrire et tourner une émission, un reportage ou un documentaire implique évidemment de réfléchir à ce que l'on va dire par dessus avec la voix off, les commentaires. Mais il ne faut pas oublier que l'image est le premier vecteur du message que vous allez transmettre. Ces images vont être interprétées par le.a spectateur.rice. Un cadrage en gros plan ou un cadrage plus large qui englobe la scène, un plan d'une personne malheureuse après une action... Tout cela va impacter le message que vous allez faire passer à votre spectateur.rice. L'ordre des plans, la taille de ceux-ci, les sujets que vous choisissez : **rien n'est anodin**. Un exemple : En manifestation, si vous passez votre temps à filmer des manifestant.es qui lancent des objets sur les policiers.ères, le spectateur aura une image de manifestant.e "violent.e". Mais ceci peut être justifié si, par exemple, votre sujet est de décrire les techniques de manifestation de ces personnes. A l'inverse si vous filmez les manifestant.es et les policiers.ères qui eux.elles-mêmes répondent avec grenade, gaz lacrymogène et canon à eau, cela rend compte d'une agressivité des deux côtés, cela serait justifié pour illustrer un sujet de compte-rendu des affrontements manifestant.es/policiers.ères. A chaque sujet il faut donc bien réfléchir aux images que l'on filme, et à l'impact qu'elles auront au visionnage, car si vous, vous êtes au coeur de l'action, le.a spectateur.rice ne voit que ce que vous allez lui montrer !

3. UNE RESPONSABILITÉ PARTAGÉE

> Le.a directeur.ice de publication

Cette personne à pour rôle de porter juridiquement le contenu publié devant la loi. Ce rôle est à la fois obligatoire, indispensable et nécessaire. En effet, si un contenu est litigieux, elle devra rendre des comptes auprès de la justice. Ainsi il est important de bien veiller à ce que ce qui est publié ne soit pas un délit de presse. La personne qui assume cette responsabilité seule, doit être choisie par toute l'équipe. Ce rôle peut-être assumé à partir de tes 16 ans révolus. Si la web TV est développée et accompagnée au sein d'une association, le.a président.e ou directeur.rice de la structure est le.a directeur.rice de publication.

> La responsabilité en cascade

Ce concept s'applique pour n'importe quel écrit ou n'importe quelle production de presse jeune. C'est

l'article 93-3 de la loi du 29 juillet 1982 qui stipule que ce concept s'applique sur internet. Selon lui, le.a directeur.rice de publication est mis.e en cause en premier dans le cas d'un litige sur une de vos productions. Cependant, l'auteur.e de la production est accusé.e directement ensuite. Iel est soit considéré.e comme coupable s'il y a un délit, soit comme complice de la du directeur.rice de publication. A défaut des deux premiers, c'est l'hébergeur qui sera attaqué. De fait, toutes les personnes qui participent à la création et à la diffusion de votre contenu peuvent être mises en cause dans une affaire juridique. Si le.a directeur.rice de publication est la première personne vers laquelle la justice se tournera, cela ne veut pas dire que l'auteur.e et l'hébergeur ne seront pas impliqués.

FINANCER SA WEB TV



Loin d'être une obligation, les financements restent un atout utile afin de faire évoluer votre webTV. En effet, en vous assurant d'avoir de quoi payer votre matériel : caméra, micro ou même la plateforme hébergeant vos émissions, vous pourrez pérenniser votre pratique. Des dossiers de subventions aux emprunts de matériel en passant par votre lieu de production, ce module est là pour vous apprendre à gérer votre budget de A à Z !

1. QUE CHERCHER ?

> Lister vos besoins

Avant toute chose, vous devez lister vos besoins avec précision, en les classant par poste :

- Besoins de structure : équipement informatique, matériel de tournage, documentation, fournitures, adhésions...
- Besoins liés à la réalisation technique : il s'agit notamment du logiciel de montage et de l'hébergeur, ainsi que le coûts éventuels de la communication.

> Définir des priorités

Les frais vont évoluer au fil des années. Il est donc bon de définir des priorités. Prenez le temps de définir ce qui est vraiment essentiel dès le début (comme une caméra) et ce qui pourra venir par la suite (comme une table de mixage). Ainsi vous aurez identifié votre budget, vos besoins et serez prêts à vous lancer dans l'aventure !

2. OÙ DÉMARCHER ?

Faites ensuite correspondre à chacun de vos besoins les organismes susceptibles de vous aider. Démarcher des partenaires vous demandera souvent bagout et débrouillardise.

> Les partenaires institutionnels

Commencez par les structures les plus proches de vous : Maison des lycéens, Fonds de Vie lycéenne, administration de votre collège ou lycée, mairie, Centres Information Jeunesse Conseil général, Conseil régional, Direction départementale de la jeunesse, et son équivalent en région (DRJSCS), Directions régionales des affaires culturelles (DRAC), Fonds de Solidarité et de

Développement des Initiatives Étudiantes (à l'université) ou encore le CROUS (pour les projets étudiants).

> **Les annonceurs publicitaires**, comme les établissements proches de votre zone de diffusion : café, librairie, disquaire, agence bancaire, mutuelle étudiante... Certains seront peut-être disposés à vous acheter des espaces publicitaires. Attention, dans les établissements scolaires, la publicité est fortement réglementée : consultez le mémo : Vente, subventions, publicité : le financement des journaux lycéens de l'Observatoire des pratiques de presse lycéenne.

> Certains organismes de proximité pourront aussi vous aider en mettant à votre disposition des moyens : salles

de réunions, prêt de matériels informatiques, prêt d'un studio... Ce sont par exemple les maisons des associations, les fédérations d'éducation populaire (Ligue de l'Enseignement, Centres sociaux, MJC...), ou bien les associations de quartier.

> **Les modes de financement participatif ou crowdfunding** (KissKissBankBank, Ulule, My Major Company, Projaide, HelloAsso etc.). Ces plateformes vous permettent de promouvoir votre projet auprès du grand public et de faire des appels aux dons.

> **Pensez aussi aux concours !** Plusieurs événements consacrés aux émissions réalisées par des jeunes ont lieu chaque année, organisés par Jets d'encre (concours national de la presse jeune Kaléido'scoop), le CLEMI (Mediatiks), Animafac (les

Accents)...

Faites régulièrement des recherches sur Internet. Ils peuvent être un moyen de gagner de l'argent ou du matériel, en plus de faire connaître et reconnaître votre web TV (ce qui peut être avancé comme un gage de qualité pour de nouveaux partenaires à démarcher).

> Si votre web TV est organisée en association ou en Junior Association, vous pouvez décider dans les statuts d'une **cotisation** annuelle versée par les membres. Les adhérents seront d'autant plus motivés car ils/elles ont aidé au financement du projet. Attention toutefois à ne pas fixer un tarif qui empêcherait certaines personnes de vous rejoindre.

UN EXEMPLE DE BUDGET

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

PRODUITS	
FONDS PROPRES	185
Cotisations	185
SUBVENTION	1 000
FSDIE	800
Commune	200
MISE A DISPOSITION	500
Faculté	250
Mairie	250
TOTAL DES PRODUITS	1 685

CHARGES	
FONCTIONNEMENT	785
Fourniture de bureau	400
Festival Espresso	350
Adhésion à Jets d'encre	35
REPORTAGE	150
Transport	50
Equipement	100
REALISATION	250
Hébergeur	100
Communication	150
AIDE EN NATURE	500
Prêt d'un studio	500
TOTAL DES CHARGES	1 685

3. COMMENT CHERCHER ?

Montez tout d'abord un dossier de demande de subvention.

Ce dossier doit décrire brièvement qui porte le projet, l'esprit de la web TV, ses objectifs (nombre d'émissions par an, régularité, nombre d'écoutes, etc.), ses partenaires et soutiens, ainsi qu'un budget prévisionnel des dépenses et des recettes qui doit être équilibré (dépenses = recettes).