

Dossier Comment on fait Okapi

Semaine de la **PRESSE**

Fabriquer Okapi, c'est toute une aventure : un travail d'équipe. Les journalistes de la rédaction racontent leurs métiers et comment ils réalisent un magazine au top !

Bienvenue à Okapi ! Du 23 au 28 mars, c'est la Semaine de la presse dans l'école. Écoliers, collégiens, lycéens : vous allez tous découvrir de près le fonctionnement des médias. Nous profitons donc de cette occasion pour vous ouvrir nos portes ! Car à force de lire Okapi, vous le connaissez par cœur, votre journal ! Mais savez-vous qui se cache derrière ses lignes ? Qui sont les gens qui passent leurs journées à écrire des articles pensés pour vous ? À fabriquer des pages qui attireront votre œil exigeant ?

À imaginer des titres qui retiendront votre attention ? Alors, nous avons sélectionné six parties (les "rubriques") du magazine et demandé, pour chacune, à deux membres de la rédaction d'expliquer leur métier. Vous verrez qu'à Okapi, comme dans tous les autres magazines, des journalistes de toutes sortes travaillent ensemble avec, en tête, la même préoccupation : comment informer au mieux ses lecteurs... tout en leur faisant toujours plaisir ?

Photos : Gilles Leimoldier
Dossier : Marie de Casanova

Qui fait quoi ?



Nous sommes des journalistes qui écrivons. Nous cherchons des idées pour les prochains numéros. En tout : il y a cinq rédacteurs, dont les "chefs de rubrique" qui s'occupent d'une partie entière du magazine.



On nous appelle le "pôle visuel", car nous gérons cet aspect-là du magazine : la présentation des textes et des images, le choix des couleurs, etc. Pour chaque numéro à paraître, nous imaginons un "design" nouveau. Mais il faut que le lecteur y retrouve "son" Okapi ! Nous sommes trois rédacteurs graphistes, dirigés par un directeur artistique. À nos côtés, il y a aussi une journaliste photo, c'est "l'icône".

Notre métier de journalistes à nous, les secrétaires de rédaction ("SR"), c'est d'optimiser les articles des autres et de les rendre encore plus justes, plus clairs, plus dynamiques... et plus courts ! Une fois que les graphistes les ont mis en pages, c'est à nous de jouer ! Nous sommes deux SR, sous la responsabilité de la secrétaire générale de la rédaction.



J'aide la rédaction Je suis assistante. Je gère les tâches administratives. Je m'occupe aussi des stagiaires collégiens qui viennent très nombreux à Okapi !



C'est moi l'orbitre Je suis rédacteur en chef. Je prends toutes les décisions importantes au sein de la rédaction et je représente le journal.

On choisit les actus...

Les actus, ce sont les trois premières pages d'Okapi, mais elles sont faites en dernier, "à chaud" ! Trois jours avant le départ chez l'imprimeur, nous nous réunissons. Avec un rédacteur, un graphiste et le "rédac chef", nous choisissons les photos qui font l'actualité. N'importe quel sujet peut être traité, à condition d'intéresser nos lecteurs-collégiens. J'arrive avec le plus de photos possibles. Certaines m'ont été envoyées par des photographes qui ont l'habitude de travailler avec nous. D'autres proviennent des sites Internet des agences de presse*. Nous en discutons et nous en retenons six. Le rédacteur et le rédacteur en chef examinent une dernière fois l'équilibre des sujets, liés à diverses régions du monde. Certains sont sérieux, d'autres plus légers. Les images doivent bien se marier entre elles, au niveau des cadrages, des couleurs... Le graphiste et moi, nous avons l'œil. C'est tout un ensemble !

Sylvie, iconographe



* Agences de presse

Elles vendent de l'information "brute" aux médias : articles ("dépêches"), mais aussi photos et vidéos. Ces agences sont indispensables à tous les médias – journaux, radios, chaînes de télé, sites d'infos – même si elles sont peu connues du grand public. Créée en 1944, l'Agence France Presse (AFP) est l'une des plus grosses au monde. Il y a aussi les agences Reuters ou Associated Press.



... et on assume !

Si nous hésitons ou que nous ne sommes pas d'accord sur le choix d'une photo, c'est moi qui ai le dernier mot ! Je valide la mise en page du graphiste, l'écriture des légendes... Et avant l'envoi des pages à l'imprimerie, je les relis une dernière fois. Bref, j'interviens tout le temps ! Mais être chef n'a pas que des avantages : s'il y a un problème dans le journal, j'en suis responsable. Je devrai en répondre devant mes propres chefs, devant nos lecteurs... et leurs parents.

François, rédacteur en chef



Dossier

On vérifie les infos...

La "sélection culture" a (enfin !) été rendue par le rédacteur, validée par François, le rédacteur en chef, et mise en page par les graphistes ! Maintenant, c'est moi qui prends le relais. Et sans traîner : je dois relire, corriger les fautes d'orthographe et de grammaire, reprendre ce qui n'est pas clair, vérifier les infos... et couper ! Une fois les textes "nettoyés", il me reste à trouver les titres, les chapôs (ces mini-textes qui introduisent les articles) et les légendes des photos. Je vérifie aussi que les images correspondent ! Imagine un peu, si nous mettons la photo d'une autre star que celle dont nous faisons le portrait ! Mes collègues "SR" reliront ensuite les pages que j'aurai "éditées". Pour éviter les erreurs, mieux vaut multiplier les relectures ! Après, seulement, nous les apportons à François, pour qu'il les relise une dernière fois et signe le BAT (le "bon à tirer") : dès lors, les pages sont prêtes à partir chez l'imprimeur !

Hervé, secrétaire de rédaction



*** Attaché(e) de presse**
Un(e) attaché(e) de presse est un(e) professionnel(le) de la communication. Il/elle travaille pour une personnalité, une marque, une institution... Son rôle est d'attirer l'attention des journaux sur une actu, un événement, pour le compte de ceux qui l'emploient, dans le but de les voir mentionnés dans leurs articles. À Okapi de choisir !

... On conseille notre public

Jessica, chef de rubrique
Pas le temps de me reposer ! J'ai à peine rendu mes textes, et déjà je dois me remettre au travail pour le numéro suivant. Je prévois les événements culturels dont nous allons parler. Heureusement, je peux compter sur l'aide de deux journalistes spécialisés : ils m'informent sur toutes les sorties de films, d'albums, de jeux vidéo... Je dois aussi trier dans la masse d'informations que m'envoient tous les jours les attachés de presse*, en faisant attention à ne rien rater d'important !

On écoute nos lecteurs...

Chaque mois, à Okapi, nous recevons environ 200 lettres ou courriels de lecteurs et lectrices. Lorsqu'on est ado, on se pose beaucoup de questions sur l'amour, la puberté, le collège, la famille, les ami(e)s, sans forcément toujours savoir à qui s'adresser. En plus de mon travail de SR et d'animer le blog, je réponds aux courriers les plus urgents, avant de les transmettre aux rédacteurs. Nous nous retrouvons régulièrement pour sélectionner les lettres qui seront publiées dans le magazine, en séparant le courrier des filles et celui des garçons pour respecter leur intimité. Sauf dans les pages "Entre nous", où nous abordons des thèmes qui peuvent intéresser les deux. Nous veillons à bien "équilibrer les sujets". Ici, Christophe répond à deux garçons : l'un s'interroge sur l'amour, l'autre souffre de moqueries. Marie, elle, a choisi de répondre à une lectrice dont les parents sont divorcés et à une autre qui voudrait se faire remarquer par les gars de son groupe de musique. Car on ne peut pas parler que de sujets graves : être ado, c'est aussi un moment de la vie très joyeux !

Isabelle, chargée de la communauté des lecteurs et SR



... On fait attention à ce qu'on dit

Pour répondre aux lecteurs, l'expérience suffit parfois : nous aussi, nous avons été ados ! Mais la plupart du temps, c'est plus compliqué que ça. Il me faut appeler un expert* et mener ma petite enquête. Interdiction de donner le genre de réponses fantaisistes qu'on peut trouver partout sur Internet ! Enfin, si je m'adresse à un lecteur en particulier, il ne faut surtout pas exclure les autres, qui ont des questions plein la tête, eux aussi. Et souvent les mêmes.

Christophe, chef de rubrique

Dossier

On fait un beau magazine...

À mesure que le bouclage approche, je me rappelle que je dois réaliser la couverture ! Une grosse responsabilité, car c'est elle que les lecteurs découvrent en premier ! Il faut qu'elle les surprenne et qu'elle leur donne envie d'ouvrir *Okapi*. Certains éléments sont déjà en place, comme le logo, le prix, le code-barres. Mais à part cela, je me retrouve devant une page blanche ! J'ai quand même un petit avantage : la "couv" partira en dernier en impression*. Pour mettre le plus possible de chances de notre côté, nous nous retrouvons à plusieurs pour trouver des idées. Ici, la couv' est en rapport avec l'optimisme. Au cours de la discussion, l'une de ces idées a germé : pourquoi pas un smiley ? Pas un petit, comme on a l'habitude d'en voir, mais au contraire un énorme ! Adopté ! Ouf, le plus dur est fait... Suivront trois autres "appels" (de plus petits titres en bas de la "Une") qui se rapportent à d'autres rubriques d'*Okapi*.

Magnus,
directeur artistique



... et on le vend partout !

Bien que je ne sois pas membre de la rédaction, j'assiste aux réunions pour choisir la couverture. Je dois veiller à ce qu'*Okapi* ait toujours de nombreux lecteurs. Or, la couv' est capitale ! Logistique, nombre d'exemplaires, envoi des numéros... Tout ça, c'est aussi mon job. Et c'est moi qui définis le prix du magazine : pas trop cher, pour que le maximum de personnes puissent l'acheter. En même temps, la qualité à un prix !

Stéphane, responsable du marketing éditorial



*** Impression**

L'impression désigne la fabrication d'un journal sur papier. Après le bouclage, les pages du journal sont envoyées sous forme numérique pour être imprimées grâce à de grosses machines appelées "rotatives". Tous les quinze jours, ce sont 80 000 exemplaires d'*Okapi* qui sortent de ces rotatives avant d'être livrés aux abonnés et chez les marchands de journaux.

Une réaction à ce dossier ?

blog.okapi.fr

OKAPI bayard

OKAPI 100% ADO

10-15 ANS le monde s'agrandit

Tous les 15 JOURS

TOUT SAVOIR SUR LA Presse

COMMENT ON FAIT UN JOURNAL

La liberté de la presse dans le monde
Peut-on tout dire?

Profession journaliste
Un journal, c'est un travail collectif qui nécessite de se parler régulièrement...
La "conférence de rédaction" réunit les journalistes. Elle sert à choisir les sujets à traiter...
Un journal, c'est un travail collectif qui nécessite de se parler régulièrement...
La "conférence de rédaction" réunit les journalistes. Elle sert à choisir les sujets à traiter...

C'EST DE L'INFO OU DE L'HUMOUR?

M 02267 - 998 - F: 5,20 € - RD

N°998
15 mars 2016
France: 5,20 €
Belgique: 5,50 €
Grèce: 5,90 €
Suisse: 10,50 Fr.
Canada: 9,99 \$
Norvège: 65 NOK
DOM: 6,20 €
TOM: 750 XPF