

## LIVE MAGAZINE, DE L'INFO AU THÉÂTRE

L'avenir du journalisme passerait-il par l'événementiel? Après les divers formats papier, audiovisuel et numérique, les médias s'essaient aujourd'hui à la création en direct. La presse jeunesse n'échappe pas au phénomène, comme le prouve le succès du deuxième Live Magazine des enfants, organisé par le magazine *Astrapi* (Bayard) qui s'est tenu au Casino de Paris le 26 mai dernier.



Qu'il s'agisse de la presse d'information (*Le P'tit Libé*, *Le Monde des Ados*, *Mon Quotidien*) ou spécialisée, les jeunes lecteurs envahissent aujourd'hui régulièrement les rédactions. Ils participent aux conférences de rédaction, interviewent des chercheurs et des ministres, créent des reportages... Le Live Magazine, concept importé des États-Unis en 2014 par les journalistes Florence Martin-Kessler, Sébastien Deurdilly et Thomas Baumgartner, pousse l'idée encore plus loin : la création d'une séquence d'info y devient performance, sur une scène de spectacle, face à un public. Dans la lignée des conférences TEDx<sup>1</sup>, les journalistes s'improvisent performers et développent leurs sujets en « live ». Mais attention : au final, pas de captation vidéo ni de support papier pour témoigner du résultat. Le Live Magazine est une création éphémère, fondant son succès sur l'expérience du spectateur qui pourra dire : « J'y étais ».

### Et les enfants, dans tout ça ?

Pour sensibiliser le jeune public à l'éducation à l'information, le concept de Live Magazine a tout du média idéal. Face à l'illusion du « tous journalistes » vantée par Internet, les professionnels ont ici la possibilité de raconter l'envers de leur travail sur un mode ludique, et participent ainsi à la réhabilitation de leur métier. Les enfants découvrent que derrière un article, un dessin, un roman ou un reportage, il y a un travail de fond, parfois de longue haleine, et qu'il est

incarné par des personnes dont c'est le métier et la passion. Loin des chaînes YouTube et des blogs, les journalistes tiennent là un outil certes marginal, mais pertinent pour décrocher les enfants de leurs écrans et lutter contre la désinformation, tout en utilisant les armes du divertissement chères au jeune public.

### Le Live Magazine des Enfants

Conçu « Pour (et avec) les 7-12 ans », la deuxième édition du Live Magazine des Enfants était clairement estampillée *Astrapi*, à l'origine de l'événement. Le public a ainsi vu défiler des intervenants directement associés à la revue ou de son voisin *J'aime lire*, reproduisant devant un écran géant les grandes rubriques du magazine : l'auteure Anne Didier a raconté en temps réel une bande dessinée inédite d'*Anatole Latuile*, fraîchement illustrée, la Québécoise Marie-Christine Hendrickx a présenté son petit roman « Un livre a disparu », publié dans le numéro de mai 2018 de *J'aime Lire* (et lu par le jeune vice « Petit Champion de la Lecture » au concours du SNE, Sélim Berrou), les journalistes d'*Astrapi* Rémi Chaurand et Bruno Muscat ont offert, sur le ton de la dérision, une analyse ethnographique d'un peuple étrange (les parents), tandis que Frédéric Benaglia, directeur artistique chez Bayard Presse (*J'aime lire*), improvisait en direct au dessin les intermèdes qui rythmaient les interventions.

Des invités extérieurs ont apporté une touche plus scientifique : le cinéaste d'animation Nicolas Deveaux, le biologiste Christian Sardet,

spécialiste du plancton, la réalisatrice Lucia Sanchez, l'historienne Natacha Henry (venue présenter son travail sur Marie et Bronia Curie), le physicien Philippe Handschoewercker invitait les enfants à monter sur scène pour réaliser des expériences sur la lumière... Le tout se concluant en musique avec une improvisation Beat Box de la salle, menée par le musicien Michael Wookey et le danseur Saïf Gueye.

Cette nouvelle forme de journalisme participatif offre-t-elle une piste pour la réinvention des métiers de la presse jeunesse? Si cette expérience semble avoir trouvé son public, elle n'en reste pas moins encore à ses balbutiements. Le billet d'entrée coûte cher (15€ par enfant, 25€ par adulte), et l'offre ne concerne pour l'instant que les lecteurs parisiens. En transformant la presse jeunesse en info-spectacle, le Live Magazine ne risque-t-il pas de devenir un simple produit dérivé de titres spécialisés? Autant de questions que nous avons souhaité poser à Florence Martin-Kessler.

**1.** TED – *technology, entertainment and design* – est un organisateur de conférences incontournable. TEDx est un programme qui permet aux écoles, aux bibliothèques ou aux groupes d'amis de profiter d'une expérience semblable à celle de TED par le biais d'événements qu'ils organisent eux-mêmes.

## Cinq questions à Florence Martin-Kessler, cofondatrice du Live Magazine

### Pourquoi avoir monté un Live Magazine des Enfants ?

L'initiative vient de nous, nous avions envie de le faire depuis longtemps. Un jour j'en ai parlé à Bayard Presse, ça s'est décidé comme cela. L'idée est de valoriser les auteurs et leur travail. On le fait en grande partie pour eux. Tous ceux qui viennent sont bien sûr payés. Nous avons fait une première édition en 2017 avec *J'aime Lire*, et nous avons décidé de le refaire cette année avec *Astrapi*. Live Magazine est très impliqué dans l'éducation aux médias.

Tout ce qui est vrai, le faux, l'info... ça marche très bien auprès des jeunes. Les enfants adorent la non-fiction, le journalisme. Ils s'intéressent au monde autour d'eux. Et puis, entre nous, je trouve que les spectacles pour enfants sont généralement décevants. Ici, je crois que les parents passent un bon moment également. Ils font aussi partie du public.

### Quelles sont les particularités de cette deuxième édition ?

On a peut-être fait plus de blagues, dans un style un peu moins journalistique. Nous avons également développé des sujets en clin d'œil aux adultes dans la salle, comme le reportage de Lucia Sanchez sur les parents d'élèves. Il était important qu'en travaillant avec *Astrapi* les enfants et les journalistes retrouvent bien l'esprit de leur revue et j'ai beaucoup réfléchi au conducteur du spectacle avec l'aide de la rédaction du magazine.

### En quoi l'organisation du Live Magazine des enfants se différencie-t-elle d'un Live Magazine « classique » ?

C'est plus de travail. La contrainte du titre, *Astrapi*, est forte. Une autre contrainte, c'est le public d'enfants : de 7 à 12 ans, c'est une tranche d'âge très large. Il faut veiller à bien



↑  
Selim Bérou  
© Jean-Matthieu Gautier.

embarquer tous les enfants, tout en s'adressant aux parents. Il faut veiller à trouver le ton juste, tout en faisant rêver. On essaie de toucher les enfants sans tomber dans les clichés, et de rester fidèle à ce qui nous plaît. Les enjeux, eux, sont les mêmes : réunir sa communauté, c'est une problématique hyper forte dans les médias, et qui marche très bien, quel que soit le public. Le rapport au numérique, le lien avec les lecteurs, la confiance... Le monde de la presse cherche à toucher ses lecteurs autrement. On a donc créé quelque chose qui résonne, qui correspond aux enjeux des éditeurs de presse.

### Comment se monte financièrement un tel projet ?

C'est assez dur à monter, d'autant qu'on baisse le prix des billets pour que cela reste abordable pour les enfants. En conséquence, nous devons trouver des partenaires, nous ne pouvons pas nous appuyer uniquement sur la billetterie. Cette édition a donc bénéficié de fonds de Nature & Découvertes et de la Fondation Varenne pour la promotion des métiers du journalisme.

En plus du Live Magazine, nous avons créé un programme d'éducation aux médias, nommé « Dans la salle »<sup>1</sup>, et pour lequel nous bénéficions d'un financement à l'année de la part du

ministère de la Culture et de la Mairie de Paris. On travaille avec les jeunes, avec un accompagnement pédagogique. On envoie des journalistes dans les classes, on organise un concours... C'est compliqué parce qu'on ne tombe pas dans les cases spectacle, presse ou audiovisuel.

### Y a-t-il d'autres éditions jeunesse prévues ?

Une nouvelle édition est prévue à Bruxelles en novembre prochain, en collaboration avec Bayard Belgique. Pascal Ruffenach, le président du directeur de Bayard, voudrait faire une tournée, dans toute la France. Ça nous permettrait bien sûr de capitaliser sur tout le travail accompli pour l'événement, qui pour l'instant ne se décline pas. Mais le problème, c'est la réservation des salles. Il faut s'y prendre 18 mois à l'avance. Et puis, il faut réfléchir au financement. En région, il est indispensable de baisser encore un peu plus le prix des places. C'est un projet qu'il faut réinventer à chaque lieu.

[www.livemagazine.fr/](http://www.livemagazine.fr/)

### Propos recueillis par Christophe Patris

1. <http://www.livemagazine.fr/category/dans-la-salle/>