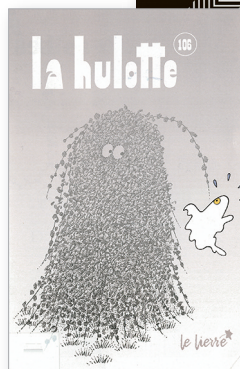


ESPRIT DE CONTRADICTION ?

Les livraisons de la fin d'année débordaient de doré. Est-ce un effet de notre esprit de contradiction que de saluer les petits ilots de noir et blanc qui y surnageaient vaillamment ? Si vous n'êtes pas surpris de retrouver ici notre chère *Hulotte*, cette fois consacrée au lierre, nous lui ajoutons ce numéro de *Georges*, créatif même en noir et blanc (avec un peu de couleur dedans quand même...).

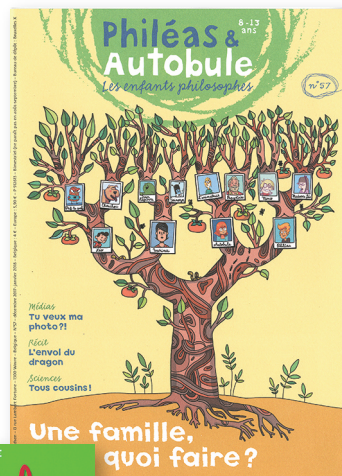


Georges, numéro Magie ! Décembre 2017

La Hulotte, n°106

FAMILLE, ON VOUS AÎME

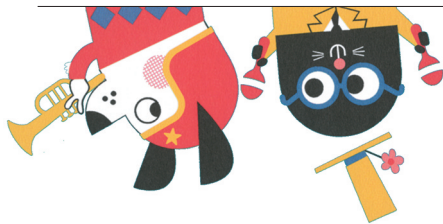
La fin d'année est toujours propice au sujet. Une bonne occasion de faire le point sur les multiples rôles des grands-parents (baby-sitter, banquier, prof, cuisinier... nous dit *Géo Ado*), sur la chance d'avoir des cousins cousines (« un peu comme des amis à l'intérieur de la famille » nous dit *Okapi*). Et de prendre le temps d'exploiter le riche numéro thématique que lui consacre *Philéas et Autobule*, la revue belge de philosophie pour et avec les enfants.



Philéas et Autobule, n°57, décembre 2017

Okapi, n°1058, décembre 2017

Geo Ado, n°178, décembre 2017



Nous vous annonçons la sortie du petit frère de *Georges* dans notre dernier numéro (interview de Anne-Bénédicte Schwebel, numéro 298). Depuis, le numéro consacré à la forêt (n°2, octobre 2017) et celui consacré à la musique (n°3, décembre 2017) ont confirmé la qualité graphique et éditoriale de ce petit nouveau diffusé en librairie et par abonnement comme son grand frère.



Graou

« Vive la forêt », n°2, octobre 2017

« Musique ! », n°3, décembre 2017

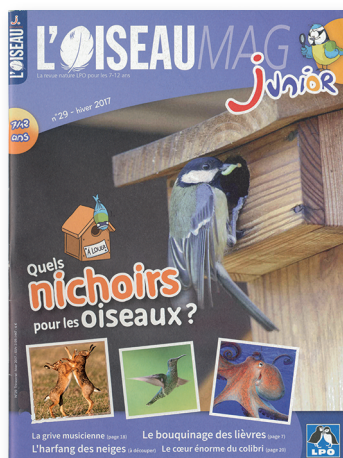
CRAOU. ESSAI CONFIRMÉ



L'HIVER LA SAISON DES OISEAUX



Pas de trêve hivernale pour la ligue de protection des oiseaux, et son magazine destiné aux 7/12 ans vous dit tout sur les nichoirs. Dont les manchots empereurs et leur formidable adaptation à la vie sur les glaces de l'Antarctique n'ont nul besoin ! Quant aux pies, vous les regarderez d'un autre œil grâce au dossier passionnant que leur consacre *Salamandre Junior*.



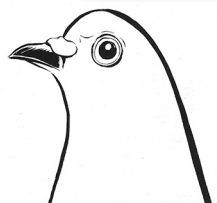
« Le Pigeon », de Sergio Salma, supplément gratuit au n° 4145 du journal **Spirou**

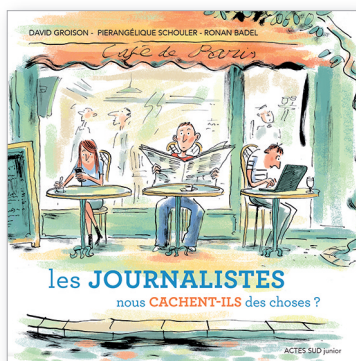
Salamandre Junior, n°115, décembre 2017/janvier 2018

L'Oiseau Mag Junior, hiver 2017

National Geographic Kids, n°9, janvier 2018

*Sh bien, le pigeon,
qu'est-ce que tu fais là?
Pourquoi tu t'envoles pas?*





↑
Les Journalistes nous cachent-ils des choses ?
de David Groison et Pierangélique Schouler,
Actes Sud Junior, 2017.
voir notice p.67.

FAKE NEWS ET PRESSE JEUNESSE

Les bobards et la propagande sont aussi anciens que la presse et la publication et la diffusion de nouvelles fausses sont punies par la loi depuis 1881. Mais aujourd'hui, la production et la diffusion des infos n'est plus le monopole de la presse et les *fake news* se développent et se propagent à la vitesse des réseaux sociaux. Le premier des contre-feux à opposer à cette épidémie est à inventer du côté de l'éducation. Comment juger de la fiabilité d'une information ? Un apprentissage difficile pour tout le monde, et pour les jeunes lecteurs plus encore. David Groison, rédacteur en chef de *Phosphore* et coauteur avec Pierangélique Schouler d'une passionnante série de cinq livres documentaires sur les coulisses de la photo et du journalisme, éclaire pour nous cette question.



↑
David Groison.

Les fake news existent depuis longtemps. Pourquoi cette prise de conscience, qui semble si soudaine et si aiguë ?

David Groison : Les crises et les chocs sont des moments de réveil. Le premier moment de réveil a été le choc (pour reprendre le mot de Naomi Klein) des attentats de *Charlie Hebdo* qui nous a fait mesurer la réalité du complotisme, qui a toujours existé mais que le 11 septembre 2001 a réactivé. Le matin où on a tous réalisé que Trump était élu a été lui aussi un choc. Je suis allé en reportage en octobre 2017 dans la Silicon Valley, chez Facebook notamment. Comme il y a deux ans, je les ai interrogés sur leur prochain défi. En 2015 ils me répondaient conquête de l'Inde, installation des réseaux sociaux quand on n'a pas de 3G ou de 4G, en somme des réponses de développement commercial très classique. En 2017, sans hésitation, ils m'ont tous répondu lutte contre les *fake news*. Comme s'ils avaient le sentiment d'avoir engendré un monstre. Il faut savoir que la Californie est très majoritairement démocrate, la Silicon Valley est composée aux trois quarts d'étrangers (je n'ai jamais autant croisé de polytechniciens français au mètre carré que chez Facebook).

Ce sont eux qui ont créé ce monstre énorme et difficilement domptable. La prise de conscience n'est plus le seul fait de journalistes ou de citoyens engagés.

Cette question est pour beaucoup une question posée à l'éducation.

Ce n'est même que ça. Si on se dit que ce sont les grandes entreprises qui vont s'autoréguler, on n'y croit pas une seconde. Ils ne peuvent plus intervenir qu'à la marge car si un réseau social affronte la question, c'est un autre qui en tirera parti. Si on se dit que c'est l'État, personne n'a envie de revenir à un système où c'est l'État qui dit ce qu'est une bonne ou une mauvaise information, qui définit ce que l'on a le droit de dire ou pas. Les seuls qui peuvent agir vraiment, c'est nous, les gens, qui devons apprendre à développer l'esprit critique, outiller chacun pour qu'il ne se fasse pas avoir par les *fake news*.

Vous êtes rédacteur en chef d'un magazine pour les ados, *Phosphore*, et vous avez également un regard sur *Okapi*. Qu'est-ce que cela signifie pour votre métier ?

Depuis toujours, la presse jeunesse, notre métier donc, c'est d'aider les enfants à grandir dans toutes leurs dimensions, à vivre mieux avec leurs

↓
Phosphore, n° 417, mars 2016.



parents, leurs copains, aller voir ce qu'il se passe autour d'eux. Il s'agit de les outiller pour développer leur esprit critique justement.

À *Phosphore* par exemple, cela fait plus de dix ans que l'on a créé la rubrique qui décode les images et qui a ensuite donné naissance à la série des livres que nous avons publiés avec Pierangélique Schouler chez Actes Sud Junior. À ce moment-là, l'Éducation nationale n'avait pas encore repéré l'enjeu de cette éducation à la lecture de l'image, alors que les enfants vivaient déjà dans un bain d'images encore plus que d'écrit. Ça me semblait important que l'on ouvre cette voie et que l'on apprenne à nos lecteurs une petite grammaire de l'image, réservée jusqu'alors aux étudiants en BTS photo. Ne pas se contenter de donner des faits et des savoirs, ce qui est déjà important, mais donner aussi tout l'outillage pour les questionner. J'ai commencé dans la presse en 2000. Je pigeais beaucoup pour *Libération* alors. Ce qui me frappait, c'est qu'un journal se vivait comme un écosystème suffisant, qui devait parler de tout, comme si notre lecteur ne lisait que ce journal-là.

Aujourd'hui, plus un seul journal n'a le monopole de son lecteur. Chaque journal se positionne par rapport au bruit médiatique ambiant. Que racontent les autres, comment le compléter ou l'éclairer par rapport à ce que nos lecteurs ont eu et ce qui leur manque? D'autant plus quand on est face à des adolescents, qui ne sont plus des enfants pour lesquels les parents exercent encore une toute-puissance. On sait bien, en tant que parent d'ado, que l'on doit compter plus sur les outils que l'on donne que sur les contenus, qui nous échappent.

Néanmoins, l'avenir de la presse est aujourd'hui entouré de vives inquiétudes. Comment voyez-vous son avenir? L'année dernière nous avons parlé ici de votre appli « Give me five », à 5 heures 05, 5 actus, 5 minutes...

On ne peut plus imaginer une presse qui ne repose que sur une expérience papier. Elle en est une part mais il faut lui ajouter une part de rencontre numérique et une part de rencontre physique. Aujourd'hui ce sont ces trois piliers qui soutiennent un projet de presse. À côté de *Give me Five*, que notre lecteur regarde sur son smartphone, il y a aussi un compte Instagram sur lequel les lecteurs peuvent poser leurs questions. La semaine dernière par exemple nous avons répondu à la question « Qui garde les prisonniers pendant que tout le monde fait grève ? » C'était une super question qui nous a permis de faire une réponse intéressante.

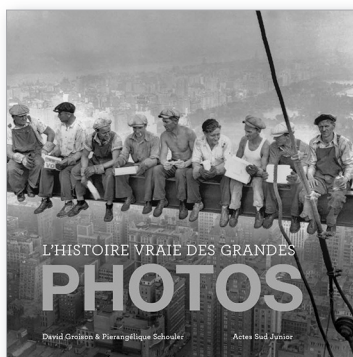
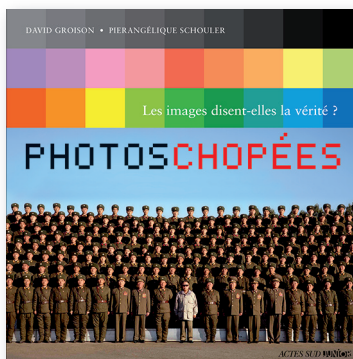
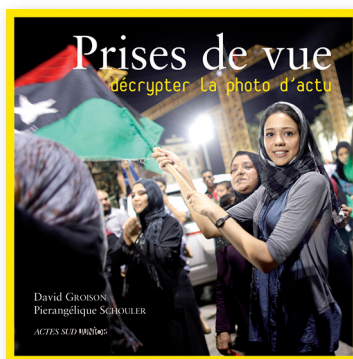
Et le voyage dans la Silicon Valley auquel je faisais référence, c'était avec des lecteurs. C'est tout cela qui fait la dimension humaine du titre.

L'autre élément de réponse c'est de toujours nous pousser à nous poser la question de « à quoi on sert ». Le *Phosphore* de 1981 ne servait pas à la même chose que le *Phosphore* de 2018. En mai prochain nous allons d'ailleurs changer de périodicité et de pagination pour devenir bimensuel. Nos lecteurs nous disent qu'il reste toujours une place et un moment pour le papier, mais pour eux un journal se lit d'un seul jet, avec intensité, et ils n'y reviendront pas plus tard. La réussite du 1 est dans cette logique-là : tout sur un sujet, en peu de temps, dans une variété de points de vue, pour un lecteur acteur de sa façon de s'informer. Il y a 10 ans, on n'aurait pas imaginé possible un hebdo de 16 pages vendu 2,80 euros !



« Les journalistes sont-ils indépendants ? », ill. Ronan Badel, in *Les Journalistes nous cachent-ils des choses ?* de David Groison et Pierangélique Schouler, Actes Sud Junior, 2017.





GIVEME FIVE by PHOSPHORE



**5 actus à lire
en 5 minutes
tous les jours
à 17h05**

Disponible sur



Si l'on revient à l'éducation du lecteur, l'éducation aux sources y est un sujet central. Comment prenez-vous en main cette question?

Notre réponse est d'essayer d'être le plus transparent possible. Par le passé, on n'avait pas pour usage de raconter comment on avait fait un article mais on livrait à notre lecteur un produit fini. Maintenant, on raconte comment on travaille.

Quand on fait un article sur Jérôme Jarre, l'influenceur français qui se mobilise pour les Rohingyas (#LoveArmyforRohingya), on raconte tout: le mal que l'on a eu à entrer en contact avec lui, passant nous aussi par des smileys sur les réseaux sociaux... Le *making of* du sujet fait partie du sujet. Quand on interview une jeune phobique de l'eau devenue accro à la plongée en apnée, on dit que l'on connaissait Rémi, son prof d'apnée: on pourra peut-être nous dire que l'on ne s'est pas foulé, mais cela permet de crédibiliser tout le reste. Dans *Give me five*, au tout début, on s'est trompé sur une donnée; le lendemain on a corrigé cette erreur mais on a aussi expliqué pourquoi on s'était trompé. Les secrétaires de rédaction m'en voulaient un peu de cet affichage, mais cela s'est révélé être un acte fondateur: on est faillible, on explique pourquoi mais cela dit aussi pourquoi on ne se trompe pas tout le reste du temps. C'est ce que dit notre dernier livre. Pourquoi on peut croire les journaux? Parce que les journalistes ont des méthodes de

travail qui croisent les sources, qui vérifient les faits, que ces méthodes sont collectives. Car en tant que journaliste je peux faire des erreurs mais il y aura un chef de rubrique qui va me relire, des secrétaires de rédaction qui vont vérifier mes infos, toute une chaîne de travail qui garantit la qualité de mon article. L'erreur de la profession serait de nier en bloc que nous pouvons faire des erreurs nous aussi, malgré tout cela.

Depuis 2012, vous avez choisi d'explorer ces questions dans des livres et la collection que vous coécrivez avec Pierangélique Schouler, qui travaille avec vous à Phosphore, compte désormais cinq titres. Pourquoi quitter – provisoirement – le champ d'action de la presse et choisir le livre?

La première réponse est de l'ordre du temps. J'adore vraiment le journalisme mais il y a une part de mon métier qui est abrutissante. Un sujet chasse l'autre, on doit aller vite. J'ai senti le besoin de prendre plus de temps et d'avoir un projet au long cours. C'est la rubrique de Pierangélique, consacrée au décryptage des photos, qui a été le déclencheur. Mois après mois, je voyais se dessiner quelque chose comme un manuel sur « comment lire des photos ». Le livre est né comme ça. J'ai adoré l'idée de travailler une année entière sur un projet, en parallèle de mon quotidien de journaliste. Avoir le temps de réfléchir, de me poser des questions.

J'ai aussi découvert l'univers de l'édition jeunesse que je ne connaissais pas, un univers fait de festivals, de médiathèques, d'invitations, de rencontres, d'ateliers. Cela pousse à aller présenter son travail et à le poursuivre. C'est pour cela que je les remercie dans le dernier titre *Les Journalistes nous cachent-ils des choses?* parce que, au fil de ces rencontres, chaque livre a engendré le suivant. Ils me disaient « mais vous truquez les photos ». Au lieu de nier bêtement, répondons à la question ! Allons voir les trucs, expliquons pourquoi, comment. En creux, cela éclaire nos pratiques. Puis les questions se sont rapprochées de

notre façon de travailler en tant que journalistes. Nous nous sommes mis à chercher les histoires qui permettent de retourner les questions aux ados. Qu'ils se reposent eux-mêmes les questions. On n'arrive pas à un tableau qui est blanc ou noir mais à une réflexion collective sur ce que l'on accepte et ce que l'on n'accepte pas, et cette question est posée aux citoyens autant qu'aux journalistes.

Vous parliez de l'importance du livre pour la presse d'aujourd'hui, mais vous dites là que ce livre est aussi très présent dans le livre.

Très présent en effet et j'en ai été surpris. Ce n'est pas le même type de

rencontre. La presse ado est très « en coproduction » avec ses lecteurs. Mais autour du livre, il y a un réseau d'enseignants et de médiateurs qui travaillent autour et avec le livre, ce qu'ils font beaucoup moins avec la presse. On a un rapport direct avec nos lecteurs dans la presse mais on n'a pas de médiateurs. Cela donne une différence de profondeur dans les échanges qui peuvent se faire autour d'un livre. Comme l'auteur d'un livre met sans doute plus de lui-même qu'il ne le fait dans la presse, où il s'insère dans un projet plus collectif.

Propos recueillis par Marie Lallouet, le 2 février 2018

Safer Internet, l'Europe se mobilise

Dans 30 pays, l'Europe se mobilise dans le cadre du programme Safer Internet de la Commission européenne aux côtés des jeunes, de leurs parents, enseignants et éducateurs en faveur d'un Internet plus sûr et responsable et des usages numériques plus riches et créatifs.

En France, le programme placé sous l'égide de la Délégation aux usages de l'Internet fédère trois services complémentaires en matière d'éducation et de protection des mineurs :

- Internet Sans Crainte

Le programme national de sensibilisation des jeunes aux risques et enjeux de l'Internet

- Point de Contact

Le service national de signalement en ligne des contenus choquants

- Net Ecoute

Le numéro national d'assistance pour la protection des jeunes sur Internet

Ainsi, chaque année depuis 2005 une mobilisation internationale pour l'éducation à la sécurité des usages du Web

Le thème de 2018 : « les fake news »

Renseignements :

<http://www.saferinternet.fr/>



SAVE the DATE
Safer Internet Day
2018 | MARDI 6 FÉVRIER
www.saferinternetday.org



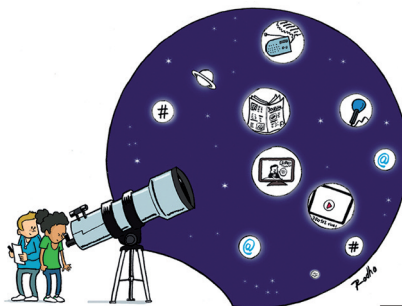
SEMAINE DE LA PRESSE ET DES MÉDIAS DANS L'ÉCOLE®

19 ► 24 mars 2018

**Thème de l'édition 2018 :
D'où vient l'info ?**

Renseignements :

<https://www.clemi.fr/fr/semaine-press-e-medias.html>





EBDO, MAGAZINE À 2% JEUNESSE

La presse écrite annonce des nouveaux projets pour 2018, à commencer par le très médiatique renouveau du *Magazine Littéraire*, lequel n'a pas l'air d'imaginer que la littérature jeunesse pourrait présenter un quelconque intérêt pour ses lecteurs. Aucune raison de parler ici de ces nouveaux journaux destinés aux adultes, néanmoins *Ebdo*, pari ambitieux d'un hebdomadaire généraliste grand public, a fait le choix original d'inclure des pages destinées aux enfants. Cette inclusion est une pratique classique en presse quotidienne régionale et nous vous avons parlé ici maintes fois du *Journal des enfants* né des *Dernières nouvelles d'Alsace* et plus récemment du *Dauphiné libéré des enfants* (n° 292), sans oublier le *Dimoitou news* numérique de *Ouest-France*. C'est cependant une pratique rare dans la presse généraliste nationale, où *Le P'tit Libé* (n° 292) fait encore figure d'exception.

Rencontre avec Seymourina Cruse, que nous connaissions pour son travail d'auteur de livres pratiques jeunesse et qui s'occupe de la partie « magazine » (le journal n'étant pas rubriqué, cet intitulé est le nôtre) de l'hebdomadaire où ces pages jeunesse prennent place.

Comment cette idée d'inclure des pages jeunesse dans votre hebdomadaire s'est-elle imposée ?

Seymourina Cruse : C'est une idée de Laurent Beccaria, qui lui-même est éditeur et qui a constaté l'absence du livre jeunesse des supports presse. Au mieux, on reprend des éléments du dossier de presse de l'ouvrage, à côté de la couverture, le tout dans un jargon adulte et formaté, en ne donnant pas à lire et surtout pas en donnant l'envie de lire. Nous avons fait le choix de lui consacrer une double page chaque semaine. Comme une fenêtre entièrement ouverte sur un texte, à peine dérangé par une têtie (« L'histoire du soir à lire avec un enfant ou avec vos yeux d'enfant ») et accompagné d'une illustration. C'est une histoire coup de cœur, choisie.

On invite le lecteur à se plonger dans ce texte dans un format approprié à un temps de lecture du soir, avec un début et une fin. Cela peut être une histoire empruntée à un recueil, comme dans notre numéro zéro, histoire extraite de *Les Jours pairs*, de Vincent Cuvelier, illustrée par Thomas Baas (éditions Hélicon). Ou une partie d'histoire qui fait sens en tant que telle, comme cet extrait de *Mon papa est une sardine*, de Céline Claire, illustré

par Violaine Costa (éditions Père Fouettard). On n'imagine pas proposer des épisodes à suivre. Notre choix de mise en pages est de ne reprendre qu'une seule illustration (parfois deux, comme pour « L'invitation », extraite de *Björn et le vaste monde*, de Delphine Perret, dans notre numéro 3), illustration qui restitue l'ambiance de l'album ou du texte, et qui n'est pas forcément la couverture. C'est nous qui assurons le processus de choix et nous nous plaçons dans une démarche grand public, pour qui on veut éclairer des domaines qu'il ne connaît pas bien, et qui ne sont pas assez visibles.

Comment procédez-vous pour choisir ces histoires ?

C'est comme une visite dans une vaste librairie, où je fais mes choix en fonction des contraintes de mon format, avec une attention particulière à l'accessibilité. Je cherche une narration, une histoire. Je rassemble ce que je trouve en librairie, à Montreuil. Avec ce que je rapporte dans cette première nasse, je fais des essais de doubles pages que je soumetts à la lecture de Laurent Beccaria (cofondateur) et de Constance Poniatowski (codirectrice de la rédaction). Parfois j'argumente mais la plupart du temps c'est ce seul exercice de lecture qui permet de garder ou d'écarter une histoire. C'est à ce

moment que je contacte l'éditeur. Ce qu'il est important de noter c'est que nous voulons nous libérer du diktat de la nouveauté. On ne va pas du côté de la nostalgie (quoique, puisque l'on ne s'interdit rien...) mais on veut donner accès à la variété de la production jeunesse au-delà de ses seules nouveautés, ce qui n'est pas sans surprendre les services de presse des éditeurs. Une année d'*Ebdo*, ce sera 52 histoires, 52 découvertes, ce n'est pas rien pour ceux qui ne connaissent pas du tout cette production.

Est-ce une publication pour laquelle vous rémunérez les éditeurs (et à travers eux les auteurs)?

C'est une autorisation gracieuse, au titre de la promotion, puisque nous restons en dessous des 10 % de l'œuvre reproduits. Nous sommes impatients de savoir si les éditeurs voient des effets sur les ventes des livres cités, mais nous avons l'impression que cette façon de présenter les livres va les porter.

Ce qui ne nous empêche pas d'inclure des titres jeunesse dans les pages culture comme nous l'avons fait dans le numéro 1 où vous trouviez une

présentation de *La Tempête*, de Florence Seyvos et Claude Ponti.

Quand on achète *Ebdo* en kiosque, son côté kaléidoscopique surprend. Vous refusez d'utiliser les mots du marketing mais on a quand même envie de savoir quelle est votre cible et comment ces pages jeunesse interviennent dans votre stratégie?

Pour répondre vite, on pourrait dire que notre cible est la famille, mais ce serait vraiment mettre les gens dans des catégories : le jardinage pour le grand-père, les pages jeunesse pour la petite sœur etc. C'est aussi une réponse caricaturale. Notre idée est plutôt que chacun de nous est à soi seul une famille, chacun fait de mille morceaux et que toutes ces pages, aussi diversifiées, s'adressent à l'un ou l'autre de nos mille morceaux. On entre par différentes portes au fil de la semaine – d'où notre choix de la double couverture, première et quatrième, pour la mise en avant de cinq sujets. Le matin, le soir, le samedi, le lundi, nous n'entrons pas par la même porte. Cent pages sans publicité, c'est dense et c'est la diversité qui rend cette densité possible.

Pouvez-vous nous parler de la réception des premiers numéros? On a comparé *Ebdo* à la presse ado (*Okapi*, *Phosphore*...) et cela n'était pas un compliment.

Patrick de Saint-Exupéry (cofondateur et codirecteur de la rédaction) a répondu à cette critique en disant qu'il est plus facile de faire classe que de faire simple. Je pense que c'est assez juste. C'est aussi une critique qui est surtout motivée par les pages du milieu dont je m'occupe (Jeux, L'histoire du soir, Théma, Fait maison), dont j'ai pourtant le sentiment qu'elles sont une porte d'entrée que l'on ne pourra pas refermer. On ne va pas enlever ce qui fait de nous un vrai généraliste! L'écriture est aussi exigeante tout au long du journal mais certaines portes sont plus faciles à ouvrir. Nous avons besoin de plusieurs numéros pour nous caler mais à nous de faire le tri entre les critiques que nous devons prendre en compte pour nous améliorer et les critiques déroutées par l'originalité de notre proposition inhabituelle.

Propos recueillis par Marie Lallouet, le 24 janvier 2018



« L'histoire du soir à lire avec un enfant ou avec vos yeux d'enfant »
Extrait de *Björn et le vaste monde* de Delphine Perret (Les Fourmis rouges)
dans le n° 3 de l'*Ebdo*.



ebdo

Hebdomadaire édité par le groupe
Rollin publications
(le trimestriel XXI, le semestriel 6
mois, Les éditions des Arènes,
L'Iconoclaste).

Tiré à 200 000 exemplaires et en partie financé par une campagne de crowdfunding (410 000 euros), le magazine vise une diffusion de 90 000 exemplaires à fin 2019 (70 000 abonnés, 20 000 ventes en kiosque).

Chaque numéro de 100 pages, vendu 3,50 €, est exempt de publicité et se veut dégagé de la « dictature de l'actualité » et « sans ligne politique », formules extraites du dossier de presse de lancement du journal.

En kiosque chaque vendredi depuis le 12 janvier.