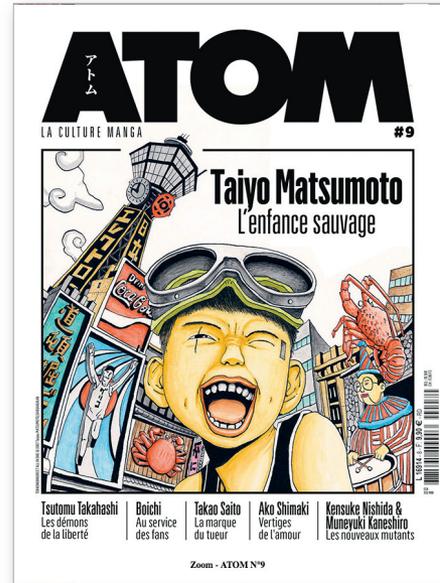


MANGA ET PATRIMOINE

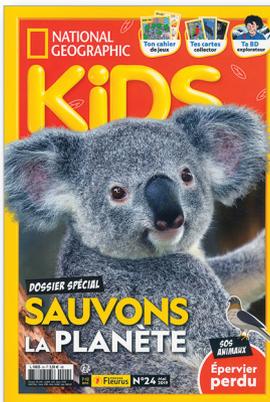
Avec ce neuvième numéro, *Atom* continue de faire la part belle à la ligne patrimoniale et aux légendes qui traversent l'histoire du manga.

On retiendra particulièrement l'interview passionnant de Taiyō Matsumoto, « papa des plus beaux et turbulents gamins du manga contemporain », et qui compte prochainement entamer un cycle plus adulte.

La mangaka Eiko Hanamura revient quant à elle dans un entretien fleuve sur l'évolution du shōjo depuis les années 1950 et le passage du manga pour jeunes filles à celui destiné aux femmes adultes. Passionnant !



Atom, n°9, février-mars-avril 2019.



National Geographic Kids, n°24, mai 2019.

Science & Vie Junior, n°355, avril 2019.

Science & Vie Découvertes, n°244, avril 2019.

ÉCOLOGIE

« Sauvons la planète ! » Le message a le mérite d'être clair, à la Une de *National Geographic Kids*, qui propose 50 idées et actions concrètes pour lutter contre le dérèglement climatique ou la pollution. Certaines évidentes (manger des fruits de saison), d'autres plus incitatives, comme envoyer une carte postale à son maire pour lui demander d'agir.

Pour sensibiliser les enfants à la préservation de l'environnement, *Science & Vie Junior* et *Science & Vie Découvertes* préfèrent de leur côté attirer l'attention sur les capacités extraordinaires des insectes et sur l'intelligence insoupçonnée des végétaux. Deux manières complémentaires de conscientiser les jeunes, entre inquiétude, action et émerveillement.



DES VIKINGS À LA FERME

Les éditions Maison Georges ont encore frappé ! On reste décidément pantois devant la richesse du travail mené par l'équipe de *Graou*, qui, pour ce numéro « à la ferme », propose aux 3-6 ans des activités, des histoires, des jeux, en 44 pages d'infinis détails ludiques et narratifs. On ne se lasse pas non plus de la capacité du magazine *Georges* à adapter à chaque fois ses rubriques habituelles en fonction de la thématique du numéro (ici les Vikings), faisant de chaque édition une réinvention totale du magazine. Deux titres précieux qui continuent à ne rien faire comme les autres. Bravo !

Graou, n°11, avril-mai 2019.

Georges, n°39, avril-mai 2019.



ET SINON, QUOI DE NEUF ?

Circle Picsou est décidément très fort : qui d'autre pourrait doubler la pagination de son magazine (de 148 à 304 pages) au nom de... l'écologie ? Disparition du gadget pour moins de plastique et augmentation du prix (5,50 € au lieu de 4,90 €). Après tout, c'est *Picsou* !

Générosité également de la part de *Pomme d'Api*, qui propose désormais sa grande histoire à écouter librement sous forme de podcast, sans nécessité d'être abonné au magazine. Comme pour (ex-*P'tites Filles à la*) *Vanille*, Fleurus change le nom du magazine *Les P'tites Sorcières* qui devient *Sorcières*, en une nouvelle formule aux contenus étoffés.

Enfin, Milan Presse propose désormais le trimestriel *Les As de la Jungle*, nouveau titre de « brand content » à l'effigie des héros et de l'univers de la série d'animation du même nom, qui promet de « donner la banane à tous ses lecteurs », dès 7 ans.

Picsou Magazine, n°542, avril 2019.

Sorcières, n°217, avril 2019.

Les As de la Jungle, le Mag, n°1, mars-avril-mai 2019.

Podcasts Pomme d'Api bit.ly/HistoiresPommedApi



RESPONSABLE ET RÉDACTEUR DE LA RUBRIQUE
Christophe Patris



MORT DE RIRE, MORT DE PEUR ... MORDELIRE

Apparu sans crier gare en septembre 2018, *MordelIRE* est un faux nouveau venu dans la presse de lecture : successeur de *Moi je lis*, il capitalise 30 ans d'expérience de Milan Presse et fait le pari de renouveler l'expérience de lecture de ses jeunes abonnés. Rencontre avec la rédactrice en chef, Paule Battault.

***MordelIRE* poursuit la numérotation de son prédécesseur, *Moi je lis*. L'avez-vous envisagé comme un nouveau titre ou plutôt comme une nouvelle formule ?**

Moi je lis avait déjà connu plusieurs nouvelles formules, mais aucune n'avait vraiment été entièrement satisfaisante. Nous avons donc clairement voulu réinventer notre magazine, à commencer par son titre, même si techniquement, au niveau de la commission paritaire, il s'agit d'une nouvelle formule à laquelle nous avons donné un nouveau nom.

Pourquoi ce changement d'appellation ?

L'ancien titre ne nous plaisait plus. *Moi je lis*... Bien sûr que nos abonnés savent lire ! Nous avons d'emblée l'envie de proposer, chaque mois, deux histoires : une qui ferait rire et une autre qui ferait peur. Donner envie de lire en étant mort de rire et mort de peur, cela a donné *MordelIRE*.

***Moi je lis* s'adressait à des lecteurs de 8-11 ans. *MordelIRE* baisse légèrement la cible en visant les 7-10 ans. Pourquoi ce réajustement ?**

Le lecteur de *Moi je lis* avait en moyenne 10 ans, ce qui entraînait directement en concurrence avec

J'aime lire. Nous avons donc décidé de baisser l'âge de deux ans, ce qui nous a permis de raccourcir le roman et de proposer une deuxième histoire dans chaque numéro. Au sein du groupe Milan, cela nous permet aussi de chaîner les magazines les uns aux autres : *J'apprends à lire* était descendu en tranche d'âge (5-7 ans), pour prendre la suite de *Histoires pour les petits* (2-6 ans). *MordelIRE* s'inscrit donc mieux dans ce schéma d'ensemble.

Quelles sont les caractéristiques des deux histoires mensuelles proposées ?

L'histoire qui fait rire est longue, celle qui fait peur plus courte, pour que les lecteurs puissent la lire en une seule fois. Pour donner l'envie de lire, nous voulons raconter ces histoires autrement. *J'aime lire* fait des textes illustrés, où les histoires marchent indépendamment des illustrations. L'image répète le texte. Nous, nous sommes à cheval entre l'album et le roman. Dans nos histoires les illustrations complètent ou contredisent régulièrement le texte pour apporter un effet comique. Nous sommes un peu le jumeau insolent de *J'aime lire* : nous n'avons pas peur de faire rire, et nous n'avons pas peur de faire peur.

Comment l'image et la mise en pages agissent-elles concrètement sur l'histoire ?

Nous ne nous refusons vraiment rien au niveau de la forme. Nous travaillons sur les fonctions de l'image en proposant une variété dans les styles littéraires : du carnet de voyage, du journal intime, du roman graphique, du roman épistolaire... Nous pensons que l'enfant ne lit pas que des mots mais aussi un support, des images. Et dans une société de l'image, tout doit faire sens. Nous jouons donc sur la mise en pages, en faisant par exemple, pour l'histoire qui fait peur, des clins d'œil au cinéma de genre.

Comment se fait le choix des textes ?

Notre programmation est bouclée 8 ou 9 mois à l'avance. Nous passons commande auprès d'auteurs que nous connaissons bien ou desquels nous apprécions le travail. Mais il arrive également que des auteurs que nous connaissons moins nous envoient des textes qui se révèlent être des coups de cœur. Et puis parfois nous écrivons l'histoire nous-mêmes, parce qu'une thématique n'a pas été abordée, ou juste pour équilibrer le ton d'un mois à l'autre. J'ai ainsi écrit l'histoire du numéro d'avril (« Les Farces d'Olive »),

qui est un roman graphique. Il demandait un tel travail sur l'image et la mise en pages qu'il était plus simple que je l'écrive moi-même, directement avec notre graphiste.

Est-ce vous qui «mariez» les auteurs et illustrateurs?

La plupart du temps nous créons la rencontre, mais pas toujours : Denis Baronnet, qui a écrit l'histoire drôle du mois de mars (« Les Cochons d'Ulysse »), a ainsi proposé de travailler avec Gaëtan Dorémus, qui avait déjà collaboré avec lui.

Comment sélectionnez-vous les histoires qui font peur?

Pour ces histoires, nous fonctionnons par cycle de cinq épisodes rédigés par le même duo d'auteur et illustrateur. Il y a eu Bernard Friot et Bruno Salamone, Maëlle Fierpied et Yomgui Dumont... En demandant à un auteur d'écrire cinq histoires, nous avons l'assurance de ne pas recevoir cinq récits qui finissent tous par : heureusement ce n'était qu'un horrible cauchemar. Il utilisera éventuellement l'astuce une fois, mais devra trouver quatre autres fins sur les autres histoires. Nous pourrions envisager d'ensuite les réunir dans un recueil. Le prochain cycle, à partir de septembre, sera écrit par Muriel Zürcher. Ensuite, à partir de février, il sera confié à Clémentine Beauvais, avec qui nous avons déjà collaboré à plusieurs reprises.

Moi je lis comptait quelques romans à héros récurrents. Est-ce prévu pour MordeLIRE?

Nous prévoyons des séries, sans doute plus courtes que par le passé. L'histoire du mois de mai 2019 est par exemple la suite de celle de septembre 2018 (« Une rentrée d'enfer » d'Agnès Cathala) – et l'histoire d'avril 2019 aura une suite en janvier 2020. Nous prévoyons également une suite à l'histoire de Denis Baronnet et de Gaëtan Dorémus. Mais nous tenons au fait que chaque histoire soit bouclée et indépendante, pour que chaque

nouveau lecteur puisse prendre la lecture en cours de route.

MordeLIRE propose également des créations de BD originales.

Nous publions plusieurs grandes séries, dont *Louve* et *Tilda*, qui sont menées par des personnages féminins. Elles remportent un franc succès, au vu du courrier des lecteurs que nous recevons, et nous étofferons donc les pages de bande dessinée à partir de septembre. *Tilda* est écrit par Ced, un auteur qui collaborait déjà à *Moi je lis*, à qui nous avons demandé de développer une histoire en BD. Nous avons travaillé ensemble sur la bible de la série, et lui avons proposé Karine Bernadou pour l'illustration. Nous réécrivons aussi parfois quelques dialogues, il y a un lissage effectué pour coller au mieux à la tranche d'âge.

Les éditions Milan Presse ont une forte vocation pédagogique, notamment avec l'élaboration de fiches pédagogiques accompagnant chaque numéro de magazine. Que faites-vous concrètement?

Nous faisons des animations dans des classes et des bibliothèques. Cela nous apprend à rester en phase avec notre lectorat. Nous leur expliquons les différentes étapes de la production, allant du manuscrit à l'histoire publiée. Nous voulons leur faire comprendre que rien n'est laissé au hasard, que tout fait sens : le type de plan, le point de vue de l'image, si elle est encadrée ou à bords perdus... Ensuite nous leur lisons une histoire inédite et nous leur demandons de créer un projet de couverture.

Propos recueillis par Christophe Patris



De Diabolo à MordeLIRE

Souvenez-vous ! En 1987, Milan Presse lançait *Diabolo*, un magazine de lecture grand format (27 x 21 cm) qui osait fouler les terres de *J'aime lire avec*, déjà, une volonté de s'en démarquer : « L'Autobus en folie », première histoire publiée, incrustait en effet des illustrations dessinées (mousquetaires, cow-boys et Indiens...) dans des photographies de Paris contemporaines. Devenu *Moi je lis Diabolo* en 1994 puis *Moi je lis* en 2000, le magazine s'est progressivement « j'aimelirisé », tant par le format (20 x 16,5 cm) que par la standardisation formelle de ses récits et contenus. En 2018, Milan veut renouveler l'expérience du magazine de lecture avec *MordeLIRE*, et fait appel à des auteurs et illustrateurs confirmés de l'édition jeunesse : Marie Vaudescal, Denis Baronnet, Clémentine Beauvais, Aurore Damant, Gaëtan Dorémus...

MordeLIRE,
mensuel, 88 p. 59 € par an.

ARTE, 5 ANS D'INFO À HAUTEUR D'ENFANT



Depuis 2014, Arte propose des programmes d'information à destination des enfants, portés par la rigueur et les valeurs de la ligne éditoriale qui ont fait la qualité de la chaîne. Quel bilan tirer de cette expérience ambitieuse? Nous avons posé trois questions à Jean-François Ebeling, rédacteur en chef d'Arte Journal junior.

Comment est né Arte Journal Junior?

C'était une volonté de longue date qui correspond à un engagement assumé : il n'y avait pas de raison que les juniors n'aient pas eux aussi leur journal télévisé d'actualité. Nous avons créé *Arte Junior Le Mag* en février 2014, un magazine à hauteur d'enfant qui est toujours diffusé chaque dimanche matin. Après l'attentat de *Charlie Hebdo*, en janvier 2015, nous avons voulu, comme de nombreux médias, accentuer notre rôle d'éducation aux médias. Nous avons donc créé un journal quotidien, diffusé tous les matins à 7h10. Cela s'est fait de manière naturelle, au vu du succès rencontré par le magazine hebdomadaire.

Comment se conçoit le journal?

Nous faisons le journal junior d'Arte, ce qui veut dire que nous suivons la ligne éditoriale de la chaîne : nous privilégions les sujets liés à l'Europe, la culture et l'ouverture à l'international. Ce qui nous différencie du journal des

«grands», c'est que nous sommes principalement dans l'explication, plus que dans le compte-rendu factuel de l'actualité. Nous réalisons deux versions de chaque journal, l'une en français, l'autre en allemand, au contenu identique. Le journal est enregistré l'après-midi pour une diffusion le lendemain matin. Bien sûr, nous savons qu'avec une diffusion à 7h10, beaucoup de spectateurs préfèrent se rabattre sur la vision en ligne plus tard dans la journée. Heureusement nous avons la chance de ne subir aucune pression concernant l'audience de notre programme. On nous demande juste de faire une émission de qualité. Au final, cela valorise l'image d'Arte, qui apparaît comme la chaîne qui juge important que ce journal puisse exister.

Quel bilan tirez-vous après 5 ans d'existence?

Le bilan est positif, notamment par le nombre important de retours que nous recevons. Des enseignants nous

contactent de partout dans le monde et montent parfois des projets improbables, grâce à nos reportages diffusés en ligne. Nous recevons également de nombreuses questions de jeunes téléspectateurs. La diffusion sur Internet est complémentaire de la diffusion traditionnelle. En ce sens nous trouvons important que le journal continue d'avoir une place dans la grille télévisée de la chaîne, plutôt que de migrer intégralement sur le Web. Une programmation télévisée continue d'apporter du crédit et de toucher des publics divers.

À l'avenir, nous souhaiterions plus impliquer les enfants dans la création de l'information, notamment dans le magazine, comme avec la nouvelle séquence mensuelle «Jeune Reporter», où des téléspectateurs accompagnent les journalistes dans chaque étape d'un reportage. La demande d'éducation aux médias est très forte, c'est une manière pour nous d'y répondre.

ARTE JOURNAL JUNIOR, UNE EXCEPTION?

Si l'expérience de la chaîne franco-allemande semble vouée à durer, elle n'en reste pas moins singulière, voire unique dans le paysage audiovisuel français. *Mon fil info*, le programme d'information proposé par France Télévisions sur YouTube à destination des ados, a ainsi disparu en décembre dernier, moins d'un an après son lancement. Ce baisser de rideau s'inscrit dans une longue série de projets avortés de JT pour enfants en France. De quoi s'interroger, au cours d'un entretien avec le journaliste Xavier Eutrope, sur ce blocage hexagonal, apparente anomalie en Europe.

Y aurait-il un «désamour français» envers les JT pour enfants?

Tout, à la lecture de l'enquête menée par Xavier Eutrope, journaliste au sein de *La Revue des Médias*,¹ porte à le croire : «La première

expérience française remonte à 1996, avec le très éphémère *Dis-Moi Tout* sur M6. Il y eut ensuite le *JTJ* sur Canal J, suivi de *À Toi l'Actu@* et de *Mon Kanar* sur France 3, au début des années 2000.» Et aujourd'hui? : «Il

existe deux programmes : *L'Info à Suivre*, sur LCI, et *Arte Journal Junior*. Je me suis donc demandé pourquoi en France l'offre était aussi rare, limitée dans le temps, et réduite à quelques chaînes.»



Car la comparaison avec nos voisins européens est troublante : au Royaume-Uni, *NewsRound* est diffusé avec succès sur la BBC depuis... 1972. Le *Jeugdjournaal* néerlandais existe quant à lui depuis 1981. Pareil en Allemagne (*Logo!* diffusé quotidiennement sur la ZDF depuis 1988) ou en Belgique où *Les Niuuz* existent depuis bientôt vingt ans.

Comment expliquer cette anomalie dans le paysage médiatique français pourtant fortement attaché à la notion d'éducation aux médias ? Xavier Eutrope avance l'étude de Claire Brown, journaliste et auteure d'une thèse sur les JT pour enfants en France et au Royaume-Uni : « Les programmes français préféreraient reléguer l'enfant au domaine du rêve et de l'imagination, là où les Anglais s'adresseraient plutôt au jeune public comme à de futurs citoyens et acteurs de la vie publique. »

C'est donc le statut de l'enfant téléspectateur qui semble poser question : « Ève Baron-Charlton, qui a contribué à lancer le JTJ sur Canal J en 1998, remarquait déjà à l'époque qu'on ne considère pas l'enfant comme constituant réellement un public, qui s'accompagnerait du développement d'une offre variée avec du divertissement mais aussi de l'information ». En France, on préférera ainsi faire du dessin animé ou du divertissement éducatif plutôt que des programmes d'information plus assumés.

D'autant que pour l'auteur de l'enquête, il faut tenir compte d'une autre particularité nationale : « Il semblerait qu'en France, on préfère le papier à la télévision. Comme si la télé n'était pas un média de confiance qui permettait de se cultiver,

contrairement au Royaume-Uni. » La presse jeunesse bénéficie en effet chez nous d'une diversité et d'un réseau de diffusion unique en Europe, privilégié par les CSP+ pour informer et éduquer les enfants à l'information.

Enfin, la production de programmes d'actualité pour enfants coûte cher, sans compter qu'ils sont rarement rediffusables. Même sur le service public, la question de l'audience continue dès lors de décider de la survie de certains programmes : « En ce sens, des émissions comme *Mon Kanar* et *À toi l'actu@* font presque figure d'anomalies. Ces programmes, proposés à France 3 par Ève Baron-Charlton après son départ de Canal J, n'ont été rendus possibles que parce que les bonnes personnes sont parvenues à s'entendre au bon moment. » Mais les changements réguliers de responsabilité dans l'audiovisuel rebattent malheureusement souvent les cartes des priorités, et les émissions disparaissent parfois avant même d'avoir pu trouver leur public. Toutefois, il faut reconnaître que les décisions sont aujourd'hui prises de manière moins radicale. Si France Télévisions a supprimé *Mon Fil Info*, c'est en effet dans l'optique de proposer un nouveau programme sur le même créneau à la rentrée de septembre 2019. Ce fut également le cas sur LCI, lorsque *Le Petit JT* a cédé la place à *L'Info à Suivre*. De quoi être optimiste selon le journaliste : « Il y a une évolution des mentalités. Aujourd'hui, on réfléchit à améliorer, pas juste à supprimer un programme qui ne satisferait pas immédiatement. »

Une question pourtant demeure : la télévision est-elle encore le bon média pour proposer de l'information

aux enfants ? Pour Ugo Emprin des éditions Playback, qui concevait les séquences animées de *Mon Fil Info*, « il faut aller là où les jeunes sont » – entendez : sur les téléphones portables. Est-ce à dire que Snapchat, Instagram ou WhatsApp finiront par détrôner les chaînes de télévision traditionnelles ? Dans la presse adulte, *Le Monde* s'est en tout cas déjà lancé dans l'expérimentation. L'Union Européenne de Radio-Télévision travaille également de son côté au développement d'une information produite ailleurs qu'à la télévision, notamment sur des plateformes mobiles.

Christophe Patris

1. <https://larevuedesmedias.ina.fr/les-jt-pour-enfants-un-desamour-francais>



↑
Xavier Eutrope.

La Revue des Médias /

Neuf ans après sa création, la revue en ligne *INA Global* fait peau neuve et se nomme désormais *La Revue des Médias*. Loin de se limiter aux supports audiovisuels traditionnels, la revue de l'Institut national de l'audiovisuel s'intéresse aux médias dans leur ensemble, de la presse papier au Web, en passant par les médias sociaux, ainsi que les médias jeunesse, avec notamment un article sur l'éducation aux médias. Elle s'inscrit en résonance avec les grands enjeux qui traversent les médias en apportant des clés de compréhension pour le grand public.

<https://larevuedesmedias.ina.fr/>