

Toute ouïe, la presse jeunesse

PAR CHRISTOPHE PATRIS

L'audiovisuel est omniprésent dans la presse jeunesse. Il n'existe pourtant pas, à l'exception de la nébuleuse de presse musicale populaire, de magazine pour enfants consacré au son, malgré de nombreuses tentatives. Le son reste essentiellement un prolongement du support papier : au mieux un enrichissement bienvenu, au pire un simple « plus » marketing.



↑ ↗ →

CD pour Milan, Podcast pour Bayard, application pour Fleurus... quelques exemples d'une presse « toute ouïe ».


PILI POP

franceinfo: + @astrapi

7-11 ans

“Salut l'info!”
C'EST L'INFO QU'IL TE FAUT

UN PODCAST À ÉCOUTER TOUS LES SAMEDIS

sur www.astrapi.com, franceinfo.fr et les applis radiofrance ou Bayam

Salut l'info!
@astrapi + franceinfo

Au début, il y avait la musique – ou plutôt la *Miousic*, du nom du « Journal des petits musiciens » apparu en 1904. Cet petit illustré pionnier initiait les enfants à la musique savante : histoire de la musique, bandes dessinées, partitions... Sans oublier un grand concours annuel avec à la clé... un magnifique piano à queue offert par la maison Pleyel. Hélas, le journal disparaîtra au bout de 21 numéros, dont un dernier consacré à la « musique explosive ». Le piano aura-t-il été gagné ? Mystère...

Ces vingt dernières années, l'histoire de la presse musicale pour les enfants aura été à l'image de *Miousic* : brève, faite d'ambitueuses promesses, et au final – explosive. Qui se souvient encore du magazine *Paganino* (1998-2000), au sous-titre intrigant : « De la Renaissance au rap » ? De *L'Atelier des sons* (devenu ensuite *L'Atelier des images et des sons*), publié par Nathan entre 2005 et 2007 ? On aurait aimé en apprendre plus sur le trimestriel *Le Petit musicien*, disparu après 12 numéros en 2009. Tout au plus trouvera-t-on sur les videgreniers d'anciens numéros de *Music Keys*, « LE magazine jeunesse dédié à la musique » créé en 2008, mais dont on perd la trace en 2014... Cette année-là, et jusqu'en 2016, les jeunes flûtistes pouvaient, grâce à *Piccolo Mag*, approfondir la connaissance de leur instrument avec des jeux, des reportages ou encore des partitions. Les plus petits, jusqu'à encore récemment (2018), découvraient l'opéra ou encore le jazz grâce au trimestriel *Toupie Chansons*. Et aujourd'hui ? Silence (presque) radio : la musique, comme sujet de magazine pour enfants, semble bel et bien condamnée à sa bien pauvre niche pop et variété. (Voir l'encadré « Vie et mort de la presse musicale pour ados » page suivante.)

L'INDISPENSABLE SUPPORT SONORE DES APPRENTIS LECTEURS

Et pourtant, en 2020 le son et la presse jeunesse filent plus que jamais le parfait amour. Oubliez la musique et regardez la fiction : les magazines de lecture résonnent de mille bruits. *J'apprends à Lire* (Milan), *Je Lis Déjà* (Fleurus), *Les Belles Histoires* et *Mes Premiers J'aime Lire* (Bayard)... Tous proposent avec le magazine papier un CD audio reprenant l'histoire mensuelle, mise en musique et interprétée par des comédiens. Pour les plus petits, *Toupie* et *Histoires pour les petits* (Milan) proposent dans leurs pages des codes de téléchargement pour accéder aux comptines, chansons et autres récits. Passé l'âge d'apprentissage de la lecture, pourtant, la mise en son disparaît brutalement. Pas de CD pour *J'aime Lire* (Bayard), pas de QR code pour *Mordelire* (Milan). Le son ne servirait-il alors au final qu'à combler les lacunes en lecture des plus jeunes abonnés ?

INFORMATION ET LANGUES ÉTRANGÈRES : LE CONTENU ENRICHİ

Des titres, pourtant, exploitent la complémentarité des supports papiers et sonores : les magazines d'apprentissage de langues. *I Love English Kids* (Bayard) s'accompagne d'un CD proposant un apprentissage interactif, tandis que les



Vie et mort de la presse musicale pour ados

Maître Gims, Angèle, Soprano... Élus personnalités préférées tant par les lecteurs d'*Okapi* en 2019 que ceux du *Journal de Mickey* en 2020, ces artistes confirment, s'il en était besoin, la place centrale des musiques populaires auprès des jeunes adolescents. Un marché que la presse spécialisée a longtemps occupé : *Salut les copains* voit le jour en 1962, suivi de près par *Mademoiselle Âge tendre* en 1964, tous deux créés par Daniel Filipacchi et Frank Ténot. En 1963, au plus fort de son succès, *Salut les copains* dépasse le million d'exemplaires imprimés.

En réaction à ce phénomène, le chanteur Claude François lance en 1972 *Podium*, qui atteint un tirage moyen de 400 000 exemplaires par numéro. Une concurrence directe pour Daniel Filipacchi, qui... rachète le titre en 1982.

En 1988, la société Edi-Press, filiale du groupe Hachette Filipacchi Médias (encore lui!), lance *Star Club*, dont la couverture en papier glacé et les fiches interview cartonnées font sensation auprès des ados.

Dans les années 1980 et 1990, ces titres accompagnent une nouvelle génération de chanteurs de variété, souvent avec un changement de nom à la clé. *Podium* renaît ainsi en 1993 sous le nom d'*OK Podium*, tandis que *Salut les copains* est rebaptisé *Salut !* Des formules qui deviennent à leur tour de véritables phénomènes, mais qui ne survivent malheureusement pas à la concurrence de l'Internet naissant : *OK Podium* disparaît en effet au début des années 2000, *Salut !* en 2006, tandis que *Star Club* cesse de paraître à l'été 2015.

Si aujourd'hui les *Youstar*, *Swag*, *K ! World* et autres *Star Zoom*, avec leurs rédactions dématérialisées réduites au minimum, continuent de déferler dans les kiosques, aucun n'atteint le professionnalisme de ses grands frères. Difficile alors, pour les ados d'aujourd'hui, d'imaginer combien ces magazines ont écrit l'histoire (et décoré les murs) de plusieurs générations d'adolescents.



Mini Schools : 50 ans d'apprentissage de l'anglais



Parmi les magazines d'apprentissage de l'anglais, *Mini Schools*, trimestriel pour les 8-11 ans, fait figure tant de pionnier que d'électron libre. « Le magazine a été créé en 1971¹, explique son directeur Olivier Jughon, ce qui en fait l'un des plus anciens périodiques pour enfants toujours en activité en France. Il compte aujourd'hui 4 500 abonnés ».

Conçu au départ comme un magazine papier, la question du support d'écoute se pose à partir du début des années 1990. Le magazine se lance alors dans la production d'une cassette audio accompagnant chaque numéro, un processus logistique périlleux qui sera simplifié par le passage au CD audio, quelques années plus tard, avant de succomber à la dématérialisation du contenu sonore.

Depuis deux ans, *Mini Schools* a ainsi remplacé le support physique par des Flashcode au sein de ses pages, renvoyant vers des fichiers audio et vidéo lus sur tablette ou smartphone. « La différence financière est globalement faible comparée à la production d'un CD, analyse

Olivier Jughon. En revanche, ne plus importer de CD produits ailleurs en Europe, pour ensuite les réexpédier à nos abonnés, réduit fortement notre empreinte carbone ».

Ce passage par le support numérique est-il accepté par les parents ? « Jusque-là il fallait mettre un CD dans un lecteur, ce qui ne gênait personne. Ceux qui ne veulent pas exposer leur enfant à l'écran peuvent se contenter d'écouter le son ». Une adaptation logique aux usages des utilisateurs qui, s'ils sont de moins en moins équipés en lecteurs de CD, restent demandeurs de contenus, comme a pu le constater le directeur du magazine lors de ce printemps à la distanciation physique imposée : « Avec le confinement, nous avons dû arrêter nos cours en présentiel. En quelques semaines nous avons mis en ligne des dizaines de vidéos. Leur visionnement a battu tous nos records ».

1. L'association Mini Schools, créée en 1971, propose des ateliers pédagogiques d'enseignement de l'anglais pour les enfants de 3 à 11 ans. Elle édite son propre magazine.

Mini Schools, magazine trimestriel pour les 8-11 ans. Abonnement : 32,20 €/an
<https://mini-schools.com/>



magazines *Go English Kids* et *J'apprends l'anglais* (éditions Entrefilet) proposent des ressources audiovisuelles en ligne. Les supports audio de ces titres, indispensables, ont fortement évolué, proposant aujourd'hui des contenus enrichis sur le Net. Un concept que l'on retrouve également dans la presse d'information : le groupe Play Bac met en ligne des versions lues par des journalistes britanniques de ses journaux en anglais. Le bimensuel *Albert* propose quant à lui sur son site une explication sonore de la « une » de ses différents numéros. De simple répétition d'une information, le son se fait décryptage de celle-ci. Et de sujet pauvre de la presse jeunesse, il en devient l'objet indispensable, en jouant son rôle de support.

ÉMANCIPATION DU SON... OU MARKETING BIEN COMPRIS ?

Si une partie des magazines jeunesse pourrait bien ne plus se passer de supports sonores, le son semble, lui, progressivement s'affranchir des magazines qui l'ont vu naître. Au risque d'un jour les rendre obsolètes ? Les magazines Fleurus se sont ainsi associés à Pili Pop, application créée au sein de Unique Heritage Media (UHM), dont Fleurus est une filiale. Tous les contenus sonores des magazines du groupe, tels que *Quelle Histoire*, *Je lis déjà* ou encore *Mille et une histoires*, sont à retrouver non pas sur les sites de ces magazines, mais bien sur l'application partenaire, parmi d'autres contenus numériques du groupe UHM, faisant ainsi de Pili Pop un agrégateur de médias d'un genre inédit.

En 2020, la tendance est à la création de contenus sonores exclusifs, portés par la marque d'un magazine. Créée en 2014, Radio Pomme d'Api (Bayard) est la première « web radio » musicale de France destinée aux 3-8 ans. Si la programmation se limite à une diffusion musicale en continu, le nom du célèbre magazine fait à lui seul valeur de référence.

Apparus en 2019, les podcasts « Salut L'Info »¹ et « Ma Vie d'Ado » ont respectivement été créés par les rédactions d'*Astrapi* et de *Phosphore* (Bayard). Le contenu (décryptage de l'information pour l'un et paroles libres d'adolescents pour l'autre) y est créé en interne et ne se pose pas en complément des articles publiés. Détail non négligeable : les épisodes sont disponibles gratuitement. Et si Bayard semble encore et toujours avoir un train d'avance en ce domaine, Milan a de son côté su rebondir intelligemment de la période de confinement en inaugurant à son tour, en pleine période de crise sanitaire, un nouveau podcast hebdomadaire, « Allo, 1jour1actu ? » associé à son journal d'information.

Ainsi détaché des magazines, le son réduit ceux-ci au rôle de simples marques. Une expérimentation rendue possible uniquement par la solidité du modèle économique de l'abonnement... au magazine papier. ●

1. Le temps du confinement, *Salut L'Info* a été rebaptisé *Tous à la maison !*, passant d'un rythme hebdomadaire à une diffusion quotidienne.

Écoutez des exemples de podcasts
d'actualité pour la jeunesse.



↑
Albert, n°76,
ill. Irène Servillo, 15 mai 2020.

