



La faim des journaux

Le numérique n'a pas eu raison de leur goût du papier : de **XXI** à **Charles**, de **Feuilleton** à **Desports**, des revues discrètes mais vivantes s'imposent.

Assis ou debout, numérique ou papier, payant ou gratuit, romanesque ou brut de brut, riche ou low-cost, de niche ou de masse, beau ou moche, avec ou sans publicité... : les dilemmes du journalisme contemporain ne manquent pas. Les réactions récentes, multiples et parfois énervées, au *Manifeste pour un autre journalisme* écrit par les directeurs de la revue **XXI**, Laurent Beccaria et Patrick de Saint-Exupéry, sont symptomatiques de ce moment particulier de l'histoire des médias : un entre-deux, une transition, mais pas théorisée, vers des horizons numériques qui ne font pas vibrer tout le monde, une période où ni les médias de masse, ni les médias de niche ne peuvent prétendre au monopole de la légitimité journalistique, où tout est possible, sur écran ou en kiosque, le pire comme le meilleur.

Par-delà les malentendus et les points de division réels entre eux et certains de leurs confrères, les fondateurs de la revue **XXI**,

lancée il y a cinq ans, ont marqué en tout cas de manière décisive le paysage de la presse magazine. Au-delà de son succès commercial inespéré – dix journalistes salariés, 50 000 exemplaires vendus par numéro, 450 000 euros de bénéfice annuel –, la revue **XXI** a prouvé qu'une revue sans publicité, exigeante et décalée par rapport aux thèmes obligés de l'actualité, avait un lectorat insoupçonné, adepte d'un journalisme affirmant ses valeurs fondatrices : le souci de l'écriture, de l'enquête au long cours. Cette rupture paradoxale – revenir aux fondamentaux pour se démarquer – a en grande partie ouvert les vannes à d'autres projets de presse alternatifs, notamment toutes ces revues souvent qualifiées de *mook* (entre le magazine et le livre).

"Le journalisme doit donner vie et chair à ce qui n'existe pas dans l'essoreuse médiatique", affirment Beccaria et Saint-Exupéry dans leur manifeste : c'est sous le signe de ce refus de l'essoreuse que de nombreux cinglés s'accrochent aujourd'hui à

ROCK & POLITIQUE

« Il y a deux conceptions de la musique. La première suggère : Mec, je suis musicien et je n'ai rien à voir avec la politique. Laisse-moi faire mon truc. La seconde estime que la musique va sauver le monde... Je pense que c'est quelque part entre les deux », disait Joan Baez. De même, on pourrait dire qu'il y a deux conceptions de la politique. La première suggère : je suis un ou une politique et je n'ai rien à voir avec la musique. Laisse-moi faire mon truc. La seconde estime que la politique va sauver le monde. Ce dossier de Charles consacré à « Rock et politique » voudrait lui aussi démontrer, comme Joan Baez, que c'est quelque part entre les deux.

Arnaud Viviant

© Nicolas Sarkozy et Carla Bruni par Dorian Jude

UNE ARMÉE DE GUITARES par Pierre Mikaloff	p. 34
PATRICK ROY, DÉPUTÉ MÉTAL par Pascal Mateo	p. 54
LE ROCK SOUS LA V ^{ème} RÉPUBLIQUE par Yves Bigot	p. 64
ÉLECTIONS PIÈGE À SONS par Jean-Yves Leloup	p. 78
TANT QU'IL Y AURA DU ROCK par David Dufresne	p. 94
LE TOP 10 DES CHANSONS DE MANIF par Mouss de Zebda	p. 104

numéro 4 - 38

Nicolas Sarkozy et Carla Bruni, vus par Dorian Jude, dans le numéro hiver 2013 de *Charles*

leurs journaux, comme si les prophéties les plus sombres ne pouvaient suffire à étouffer leurs aspirations, parfois inconscientes (pour cause de rentabilité insuffisante). Si le web incarne l'espace le plus ouvert à la réinvention du journalisme – du data-journalisme à des médias d'information plus classiques –, beaucoup, notamment dans les jeunes générations, défendent encore le papier. Sans vouloir exagérer ni son étendue ni son exemplarité, on peut noter qu'une génération de jeunes éditeurs de presse, âgés de 25 à 45 ans, s'est discrètement imposée dans le bain médiatique dont l'écume tiède et grise occulte parfois des pépites piquantes.

Leurs noms, leurs visages restent pour la plupart discrets, mais leurs journaux circulent, font parler d'eux, infusent le débat, fût-il parallèle. Même lorsqu'ils restent dans les marges de l'avant-garde ou de la précarité commerciale, ils ont conquis des publics, fidèles, mobiles, attentifs, rétifs aux normes dominantes de la grande presse.

une période où tout est possible, sur écran ou en kiosque, le pire comme le meilleur

Adrien Bosc réactive le journalisme narratif avec ses deux magistrales revues *Feuilleton* et *Desports* ; Franck Annesse déplace les règles figées des magazines de foot (*So Foot*), de cinéma (*So Film*) et de mode enfantine (*Doolittle*) ; Alexandre Chabert et Frédéric Houdaille celles du journalisme politique avec *Charles*, dont le dernier numéro se penche sur les affinités paradoxales entre le rock et les politiques (avec quelques bons papiers, comme l'interview de l'ex-manager du MC5, John Sinclair, ou celui de David Dufresne sur son fanzine *Combo!* à la fin des années 80...) ; Jérôme Ruskin explore notre futur grâce à *Usbek et Rica* ; Gilles Collard (*Pylône*) analyse notre époque à travers le filtre de la pensée ; Cyril de Graeve (*Chronic'art*), Vincent Jaury (*Transfuge*) ou Bester Langs (*Bonzai*) décortiquent la vie culturelle ; tandis que Magali Aubert et Richard Gaitet (*Standard*), Angelo Cirimele (*Magazine*), Jérémie Martinez (*Kibind*), Nicolas Pattou (*Let's Motiv*), Éric Troncy et Stéphanie Moisdon (*Frogg*), Thomas Lenthal (*Paradis*)... passent au crible les arts et les modes.

Tous incarnent, dans la diversité de leurs intérêts propres, certains de ces nouveaux regards sur l'actualité pluriculturelle. Si quelques-uns maîtrisent les règles commerciales de la presse magazine, d'autres restent modestes dans leurs ambitions. Dans ce paysage composite et éclaté, dont la seule cohérence reste l'attachement affectif au format papier d'une génération née avec, aucun modèle dominant n'écrase un autre. Cette variété de genres journalistiques et modèles esthétiques ne prouve qu'une chose : les petits-enfants inavoués de feu Jean-François Bizot (*Actuel*) ou de Michel Butel (*L'Autre Journal*, *L'Impossible* aujourd'hui) prolongent une histoire de la presse magazine, qui, à l'inverse de la presse quotidienne, résiste aux coups de boutoir de la mutation numérique. **Jean-Marie Durand**

au poste

pour un journalisme pluriel

Le manifeste de la revue **XXI**, s'il pose de bonnes questions, pêche un peu par schématisme.

Fondé sur des observations souvent lucides, *Le Manifeste pour un autre journalisme* publié dans le dernier numéro de **XXI** par Patrick de Saint-Exupéry et Laurent Beccaria bute sur quelques pièges, y compris celui de se faire, à front renversé, caricaturer par ceux qu'il vise. Mais en donnant l'impression de posséder la solution magique garantissant l'avenir de la presse, les auteurs prennent le risque de heurter ceux qui défendent, comme ils peuvent, les règles contestées d'un métier bousculé. Dépendre en partie de la publicité, ou développer une offre rédactionnelle sur le web forment-ils, par exemple, les pires vices de la presse actuelle ? Suggérer que les journalistes, assis dans leur open space, seraient détachés des réalités du monde, n'est-ce pas aussi un peu court ? Que les journalistes, morts-vivants devant leur ordinateur, redeviennent des êtres vivants en labourant les terrains désœuvrés de l'actualité, en donnant de la "chair" aux papiers, tout le monde sera d'accord avec ce programme vitaliste. Programme aux multiples formules chimiques possibles, dont celle de parcourir le monde assis sur sa chaise, mais mobile dans sa tête curieuse de ce qui s'écrit, se filme... Peu importe le mode opératoire du journaliste, seul compte sa capacité à rendre plus intelligible le monde en mouvement. Plus qu'un "autre journalisme", à qui il appartient à chacun de définir les contours, c'est le journalisme pluriel qu'il faut défendre. Ce n'est que dans la multitude de ses espaces, de ses engagements, de ses styles, que le journalisme se perpétuera : cette multitude reste la condition de sa vraie altérité. C'est d'abord par elle que la promesse d'un autre journalisme pourra être tenue.

Jean-Marie Durand