

# LE LIVE MAG TROUVE SON PUBLIC EN BELGIQUE AUSSI

Des performances éphémères de journalistes qui montent sur scène. Avec un rapport étroit à l'information. Un nouveau média est-il né ?

Il y a foule, le Live est sold-out. Une fois de plus, malgré la grande capacité de la salle. « On choisit toujours de grandes salles, parce que la séance est unique », précise Ariane Papeians, la rédactrice en chef du Live Magazine belge. Les journalistes, photographes, réalisateurs, illustrateurs patientent, assis, sur le bord de la scène. Les récits commencent. Chacun prend possession de la scène, pas plus de 8 minutes par

histoire. Et le public semble conquis. Le Live Magazine vient des Etats-Unis. Il s'est ensuite développé en France puis en Belgique, il y a trois ans. Le concept est pratiquement le même partout : demander à des auteurs de raconter un reportage, une enquête ou une expérience professionnelle insolite. Toujours issue du réel. « C'est ouvert à tous ceux qui documentent le monde. Ce n'est pas le making-of d'un reportage, mais un réel exercice journalistique », poursuit Ariane Papeians.

Du journalisme, vraiment ? Ou plutôt un spectacle de l'ordre du théâtre ? « C'est vraiment du journalisme, insiste Ariane Papeians. On s'est vite rendu compte que ça réenchantaient un secteur qui était un peu en perte de vitesse et que ça recréait du lien avec le public autour de l'information. Le Live permet d'incarner, de visualiser quelqu'un qui écrit dans un journal, qui parle à la radio. C'est aussi de l'éducation aux médias. On travaille d'ailleurs avec des classes d'étudiants également. Donc ce n'est pas du tout du théâtre. »

Mais quel type de journalisme ? De l'anecdotique, du superficiel ? « Le récit démarre parfois par une anecdote en effet, et ce n'est pas une conférence. C'est une petite histoire qui en raconte une grande. Et la différence est surtout que le journaliste est présent dans l'histoire, il la raconte de l'intérieur. Il montre éventuellement les techniques journalistiques mises en place sans les expliquer. Mais le fond est très important aussi. »

Le public accroche. Un public assez aisé et qui semble déjà consommer de l'information via d'autres canaux. Un public regroupé par thématiques aussi, car chaque Live Magazine a un thème. Ce thème est suggéré par le sponsor de l'événement (MSE, Le Festival des libertés, par exemple). Car le business model du Live Mag fonctionne actuellement avec du



Frédéric Loore et Roger Job en pleine répétition. Photo : Jessica Hilltout.

sponsoring. Mais le mécène n'intervient pas du tout dans le choix des auteurs et des récits exposés, assure Ariane Papeians qui veille aussi à ce que son média ne devienne pas un outil de communication ou de promotion.

Les journalistes et autres participants sont choisis sur base des productions réalisées sur le thème du Live. La rédactrice en chef vise à atteindre un équilibre entre hommes et femmes, entre personnalités connues et moins connues, entre différents médias aussi... De Belgique et de France. Les intervenants sont rémunérés à hauteur de 150 € par prestation.

Une discussion s'engage pour voir de

quoi ils auraient envie de parler. Trouver un sujet est un bon début mais ce n'est pas suffisant: il faut vraiment parvenir à trouver l'histoire à raconter pour évoquer le sujet. Pour la raconter sur scène, un réel travail d'écriture est réalisé, surtout par rapport à l'accroche et la chute. Il faut captiver l'attention du spectateur.

Les médias plus traditionnels ne voient pas nécessairement d'un mauvais œil le développement du Live

Magazine. C'est en effet une manière de mettre en valeur les productions de leurs journalistes. Ils sont même demandeurs de partenariats. Le Live Magazine c'est la rencontre éphémère, l'incarnation d'un reportage ou d'une enquête, qui est façonnée pour une performance publique et qui n'est ni filmée ni retransmise. Un complément au travail de fond réalisé par des journalistes pour un autre média. Une nouvelle création aussi pour le média Live.

Jean-Pierre Borloo

Dernièrement, le Live Magazine belge a réalisé un événement par et pour les enfants. Infos: [www.livemagazine.fr/](http://www.livemagazine.fr/) et Facebook



## L'AVIS DE JOURNALISTES

**Céline Gautier :** Les frontières du journalisme ne sont pas coulées dans le béton et c'est très bien comme cela - tant que le contrat avec le spectateur/lecteur/auditeur est clair. Il y a des productions qui sont entre le journalisme et le documentaire, l'essai, le reportage BD, la conférence, le théâtre et qui parlent du réel d'une manière très juste. S'il faut insister très fort sur la spécificité du travail journalistique, en termes de recherches de faits et donc d'une certaine vérité, ces productions en marge nous invitent aussi à repenser la manière dont on transmet les infos et dont on raconte les histoires. Le Live mag est bien du journalisme, dans le sens où le point de départ est un travail de recherche de faits, réalisé en principe selon les règles du métier, même si la narration est plus personnelle et plus subjective. En revanche, quand le Live mag propose à d'autres intervenants (membre d'ONG, artiste, personnalité politique) de raconter une histoire forte qu'ils ont vécue, on n'est évidemment plus dans du journalisme.

**Frédéric Pauwels :** Du journalisme? Oui, clairement! Qui touche un public ciblé, demandeur de renouveau. Cela crée un lien avec le public. S'il le souhaite le spectateur peut aussi rencontrer le journaliste après le Live et poser ses questions. Le Live magazine procure aussi une émotion au public mais également au journaliste. Le spectateur peut ressentir la flamme qui anime le journaliste, palper son émotion lors de son intervention. Il permet encore au photographe de pouvoir montrer plus de photos que dans la presse. Je trouve que c'est l'avenir du journalisme car nous vivons dans un monde où tout devient spectacle! Le Live Mag, un nouveau média? Oui, clairement! Si le journaliste est rémunéré à sa juste valeur.

**Myriam Leroy :** Je dirais que c'est vraiment un magazine, avec des rubriques variées, des choses qui ne relèvent pas toutes du journalisme. Globalement on y reçoit ce qu'on voit quand on feuillette une publication papier. Mais c'est le protagoniste qui vient le raconter: on est donc dans une forme de gonzo.