

## **Après la bataille ? Formules et plasticité du journal hebdomadaire d'information au XX<sup>e</sup> siècle**

**Pour Dominique, évidemment**

La presse du XX<sup>e</sup> siècle n'a pas inventé la périodicité hebdomadaire : elle se loge au cœur de la culture médiatique dont elle est une des scansion principale dès le XVII<sup>e</sup> siècle. Avec la gazette, le médiatique s'est immédiatement installé dans le rythme hebdomadaire et l'essor du quotidien au XIX<sup>e</sup> siècle reste contrebalancé par un rythme hebdomadaire larvé mais puissant. Il reste privilégié par certains genres de journaux : la presse satirique ou la presse littéraire par exemple. Et même dans le journal quotidien, l'emblématique feuilleton au XIX<sup>e</sup> siècle, dont on a fait l'apanage du rythme quotidien avec la formule récurrente « la suite à demain », peut être aussi régi par une scansion hebdomadaire, comme le montre le retour périodique de l'Hermitte de la chaussée d'Antin le samedi dans cette case de la *Gazette de France* à partir de 1811 ou de la critique dramatique qui intervient longtemps dans la plupart des quotidiens le lundi. Mais cette découpe hebdomadaire accroît son importance au début du XX<sup>e</sup> siècle puisqu'elle organise d'abord l'essor du magazine puis de l'hebdomadaire politique et littéraire. Ce dispositif devient donc absolument essentiel au XX<sup>e</sup> siècle pour les respirations médiatiques, lorsque le quotidien se révèle lui-même concurrencé par des rythmes rapides, propagés par la radio puis la télévision.

Les hebdomadaires d'information – car jusque dans les années soixante, ils s'autodésignent souvent sous ce terme, mettant l'accent donc sur un régime temporel plus que sur un format ou une formule – ont véritablement une fonction de retour sur les événements de la semaine, avec la difficulté d'arriver « après la bataille » et de devoir inventer de nouvelles formes d'information complémentaires de celles des quotidiens. Nous adopterons ici une méthodologie d'histoire culturelle et littéraire de la presse déjà bien établie et rodée sur les corpus de presse du XIX<sup>e</sup> siècle<sup>1</sup>. Nous tenterons d'articuler la construction du temps médiatique proposée par ces hebdomadaires avec la poétique informationnelle et le temps sociétal, depuis le début du XX<sup>e</sup> siècle jusqu'à l'avènement du *newsmagazine* qui manifeste à la fois l'apogée de la forme hebdomadaire et sans doute une forme de résolution de la tension très sensible jusque dans les années cinquante, entre « l'hebdomadaire de lecture » et le « miroir photographique »<sup>2</sup>. Nous commencerons par une histoire de l'évolution de l'hebdomadaire d'information jusqu'à la création du *newsmagazine*, avant d'insister sur les formules d'une poétique hebdomadaire d'information et sur les gestes et imaginaires culturels de l'hebdomadaire.

### **Les formules de l'hebdomadaire d'information jusqu'à l'arrivée du *newsmagazine***

Jusqu'aux années soixante, on peut aisément distinguer deux modèles : une famille, internationale, du magazine photographique qui se développe depuis le début du siècle et une lignée, sans doute plus française, de l'hebdomadaire politique et littéraire, à la présentation proche de celle du journal. La formule du *newsmagazine*, qui va finalement s'imposer dans la décennie 1960, montre une hybridation faite sous le signe de la prédominance de la forme du magazine, comme le prouve d'ailleurs le nom retenu pour le genre. L'histoire non exhaustive que nous présentons ici, mais appuyée sur le dépouillement et l'analyse de plusieurs titres tout au long de la période, prétend signaler quelques scansion importantes de l'hebdomadaire d'information.

#### *L'invention du magazine hebdomadaire photographique*

C'est à la toute fin du XIX<sup>e</sup> siècle qu'apparaissent les illustrés occidentaux mobilisant la photographie aux dépens du dessin pour rendre compte de l'actualité. En France, *La Vie au grand air*, richement illustrée par des photographies, périodique d'abord bimensuel conçu par Pierre Lafitte pour rendre compte d'une actualité sportive et *La Vie Illustrée*, hebdomadaire plus généraliste, paraissent à partir de 1898. Au bout de onze mois, le succès de *La Vie au grand air* lui permet de se transformer en hebdomadaire paraissant tous les samedis, comme il l'annonce triomphalement, insistant aussi sur son

---

<sup>1</sup> Voir notamment Dominique Kalifa, Philippe Régner, Marie-Ève Thérenty et Alain Vaillant (dir.), *La Civilisation du journal. Histoire littéraire et culturelle de la presse au XIX<sup>e</sup> siècle*, nouveau monde éditions, 2011.

<sup>2</sup> Cette distinction éclairante vient de Raymond Cartier qui distingue ainsi *Life* et *Time* dans *Paris Match*, 31 janvier 1953, p. 5.

traitement de l'information sportive, « sous une forme nouvelle et anecdotique<sup>3</sup> » qui lui donne « un regain d'actualité » par rapport aux quotidiens.

Thierry Gervais a montré combien ces périodiques tranchent avec les vieilles formules d'hebdomadaires comme *L'Illustration*<sup>4</sup>. La nouveauté de ces objets et leur succès viennent notamment du changement de manipulation induit par l'usage quasiment exclusif de la photographie et l'autonomisation des pages qui libère le lecteur du sens de lecture imposé. À la veille de la Première Guerre mondiale, ce modèle s'impose, comme le montre la décision du *Petit Parisien* en 1912 de remplacer son supplément, formule phare de l'hebdomadaire au XIX<sup>e</sup> siècle<sup>5</sup>, par une revue photographique de qualité, *Le Miroir*, ce qui passe par l'invention d'une nouvelle formule, où les « photographies sont « support des nouvelles », voire « vecteurs d'informations absentes des textes »<sup>6</sup> et où on attire les lecteurs les plus instruits « par des dossiers scientifiques et des informations d'ampleur internationale », tandis que l'on « divertit les autres par des feuilletons ou des dossiers sur les célébrités ».

### *Hebdomadaires littéraires et politiques vs magazines dans l'entre-deux-guerres*

Dans la deuxième moitié des années vingt et dans les années trente, on constate un très net succès des hebdomadaires qui se développent selon deux modèles contrastés : le magazine photographique d'une part et l'hebdomadaire littéraire et politique d'autre part, qui adopte l'apparence du journal quotidien. Les hebdomadaires se multiplient sans que leur journée de parution ne soit aucunement uniformisée, comme le remarque drôlement Jacques de Lacretelle :

Après l'hebdomadaire du jeudi est venu celui du vendredi, puis celui du mercredi ; on en annonce de nouveaux, qui choisiront sans doute les autres jours ; ainsi l'amateur d'hebdomadaires, approvisionné d'un bout de la semaine à l'autre, aura son *permanent*.<sup>7</sup>

*Candide* inaugure la formule de l'hebdomadaire politique et littéraire le 20 mars 1924. La caractéristique de ces journaux est d'être nettement positionnés dans le champ politique, à gauche *Marianne* lancé en 1931 et *Vendredi* en 1936, les autres à droite voire, petit à petit, à l'extrême droite pour *Gringoire*, inauguré le 9 novembre 1928. Ces hebdomadaires redorent donc le lustre des journaux d'opinion, même s'ils manifestent aussi une forte ambition informative (ils prétendent éclairer ce qui est caché) et s'ils publient beaucoup de grands reportages. Un fort effet d'identité se joue entre eux à cause de l'anthropomorphisation généralisée de leurs titres. Créés par des maisons d'édition avec lesquelles ils forment un écosystème – *Candide* appartient à Fayard, *Marianne* est fondé par Gaston Gallimard, *Gringoire* est piloté par Horace de Carbuccia, le patron des éditions de France –, ils ont comme spécificités d'entretenir une abondante rédaction littéraire et de prépublier sous forme de romans et de nouvelles la production littéraire des maisons d'édition auxquelles ils sont associés<sup>8</sup>. Ils articulent en fait de l'éditorial politique, des échos, de la critique culturelle et la publication de nouvelles et de romans. « Qu'il s'agisse de *Marianne* ou même de *Candide*, la littérature était pour ces hebdomadaires la valeur suprême. Elle était presque plus importante que la politique... Voici ce qui fait la différence avec les hebdomadaires actuels, où la littérature ne tient pas une très grande place. Les lecteurs achetaient *Marianne* pour lire le nouveau roman de Simenon et de Colette<sup>9</sup> ». Ces hebdomadaires ont donc permis la légitimation d'une importante littérature *middlebrow*<sup>10</sup>, qui privilégie une intrigue captivante, des techniques narratives mimétiques et des

<sup>3</sup> « Notre programme », *La Vie au grand air*, 4 février 1899.

<sup>4</sup> Thierry Gervais, *La Fabrique de l'information visuelle. Photographies et magazines d'actualité*, Textuel, 2015.

<sup>5</sup> C'est une formule qui se maintient d'ailleurs largement au XX<sup>e</sup> siècle. Certains suppléments hebdomadaires vont rencontrer longtemps un grand succès comme ceux du *Figaro* ou de *L'Humanité*.

<sup>6</sup> Joëlle Beurrier, « L'apprentissage de l'événement », *Études photographiques* [En ligne], 20 | Juin 2007, mis en ligne le 19 septembre 2008, consulté le 23 décembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/etudesphotographiques/1162>

<sup>7</sup> « L'hebdomadaire et la crise du livre » par Jacques de Lacretelle, *Marianne*, 22 novembre 1933.

<sup>8</sup> Sur cet aspect, je me permets de renvoyer à Marie-Ève Thérenty, « L'Esprit Gallimard : stratégies médiatiques et dispositifs éditoriaux de *Détective*, *Voilà* et *Marianne* (1928-1940) », *Journal of European Periodical studies*, vol. 4, n°2, 2019, <https://doi.org/10.21825/jeps.v4i2.10772>

<sup>9</sup> Emmanuel Berl, *Interrogatoire par Patrick Modiano*, Gallimard, 1976.

<sup>10</sup> Voir l'article de Diana Holmes, « Une littérature illégitime. Le *middlebrow* », *Mutations des légitimités dans les productions culturelles contemporaines*, *Belphegor*, 17,1, 2019, <https://journals.openedition.org/belphegor/1774>

qualités immersives. Leur diffusion témoigne du succès de la formule : les tirages de *Candide* (465 000 exemplaires en 1936) et de *Gringoire* (650 000 en 1936) notamment sont impressionnants.

Le deuxième ensemble est celui des magazines photographiques ou plus précisément de la nouvelle génération des magazines photographiques représentés par *Vu* créé en 1928, *Voilà* fondé en 1931, *Regards* lancé en 1932, *Match* à partir de 1936. Ces magazines, pensés pour concurrencer les actualités cinématographiques, sont organisés autour de la photographie et du reportage. Ces hebdomadaires, illustrés dans chaque numéro par plusieurs dizaines de photographies, proposent des unes spectaculaires et attrayantes, censées attirer le chaland dans les kiosques, ainsi que des mises en page audacieuses.

Ces deux ensembles ont en partage de rendre compte de l'actualité générale, d'avoir des rédactions d'écrivains et d'être hebdomadaires, c'est-à-dire, dans un temps de course à l'information, d'être en décalage. C'est ce qu'explique Léon Daudet dans son *Bréviaire du journalisme* : « La périodicité hebdomadaire rend plus difficile la composition du journal, exposé à paraître le jour même d'une circonstance très importante dont il ne pourra parler que la semaine suivante. C'est là une malchance et le risque à courir<sup>11</sup> ». Bien sûr, les journaux ne peuvent pas se contenter d'espérer avoir de la chance et il faut donc user d'inventivité et d'originalité. Ces hebdomadaires mobilisent donc des formes appelées à pallier le manque d'instantanéité : c'est, pour les hebdomadaires politiques, le chapelet d'échos, qui revient sur les coulisses des grands événements de la semaine (« Ne le répétez pas » dans *Gringoire*), c'est aussi le commentaire, qu'il soit proféré sous la forme d'un éditorial vindicatif par Béraud ou sous la forme d'une synthèse par Jacques Bainville, c'est l'enquête narrativisée ou romancée pour les magazines.

#### *Vers le format newsmagazine*

La dichotomie se maintient un temps après la Seconde Guerre mondiale où le coût absolument prohibitif d'un quotidien explique la vogue des hebdomadaires, parfois éphémères. À la Libération, on voit apparaître de nouveaux magazines photographiques (*Nuit et jour* dès décembre 1944, *Noir et Blanc* dès le 14 février 1945, *Radar* le 13 février 1949) ou en renaître d'autres (*Paris Match* en 1949). Non exempts d'un certain sensationnalisme, ils font coexister la grande actualité avec l'actualité *people*, le fait divers, le dessin d'humour. *Nuit et jour* sous-titré « grand hebdomadaire illustré », donne, le 11 octobre 1945, la composition de sa recette : « 25% de texte sensationnel, 75% de photos inédites, 100% de dynamisme ». Ces journaux, au tirage souvent important<sup>12</sup>, ont été négligés jusqu'à présent par les historiens<sup>13</sup>.

À côté de ces magazines, perdure aussi un journalisme hebdomadaire plus politique et littéraire, un journalisme d'opinion et de commentaire, avec des titres comme *Carrefour* par exemple créé le 26 août 1944, *L'Observateur* né en 1950 transformé en *France Observateur* en 1954, *L'Express* à partir de 1953. Même si leurs tirages sont relativement limités, ces journaux sont importants pour le débat d'idées national (*France Observateur* et *L'Express* prennent des positions fortes lors de la guerre d'Algérie), pour la perpétuation d'un journalisme d'idées ouvert à la littérature et aux formes littéraires, et aussi pour leur réflexion sur ce que peut être un journalisme hebdomadaire.

L'éphémère transformation de *L'Express* d'hebdomadaire en quotidien en octobre 1955, pour soutenir la campagne de Mendès-France, permet d'illustrer de manière exemplaire les problèmes de temporalité d'un journalisme politique hebdomadaire.

Au bout de six jours, on se retrouve en face d'un fait accompli, et non plus d'un fait mouvant, en gestation. Les informations, les éclairages, les explications que l'on a pu recueillir pour les livrer enfin aux lecteurs, afin qu'ils soient entièrement en mesure de se faire une opinion, viennent trop tard.

---

<sup>11</sup> Léon Daudet, *Bréviaire du journalisme*, Gallimard, 1936, p. 116.

<sup>12</sup> En 1945, d'après Christian Delporte, *Noir et blanc* tire à 200 000 exemplaires (Christian Delporte, « Les recettes de la presse people », *L'Histoire*, janvier 2006). En 1958, les hebdomadaires *Radar* et *Jours de France* figurent parmi les périodiques qui tirent à plus de 400 000 exemplaires (Institut national de la statistique et des études économiques, *Tableaux de l'économie française*, 1958, p. 190). Quant à *Paris Match*, sa couverture avec Elisabeth II signe le record des ventes en 1957 avec 2 211 560 exemplaires écoulés.

<sup>13</sup> Le récent *Manuel d'analyse de la presse magazine*, sous la direction de Claire Blandin, présente une intéressante tentative pour contrebalancer cette tendance, Armand Colin, 2018.

Il faut être « sur » l'événement. C'est dire chaque matin ; et livrer, chaque matin, tout le bagage que l'on a amassé dans la journée au service de l'opinion publique. C'est ce que nous allons faire à partir de jeudi matin<sup>14</sup>.

Attendu avec impatience, le premier numéro de *L'Express* quotidien est vendu à 300 000 exemplaires. Mais le second n'en vend que 100 000, et le troisième 55 000<sup>15</sup>. Le courrier des lecteurs éclaire sur cette désaffection. Les lecteurs, habitués à l'hebdomadaire, craignent que le journal ne les noie « sous la masse des prétendues 'informations' du jour, auxquelles on ne comprend rien » et se plaignent de voir surgir des « délayages », au lieu de « papiers bien mûrs »<sup>16</sup>. Au bout de quelques semaines, *L'Express* revient à sa périodicité hebdomadaire et tranche avec quelques formules significatives sur la nature et l'intérêt des deux périodicités : l'hebdomadaire est du côté de la réflexion, le journal quotidien est du côté de l'action, le quotidien est « un instrument de combat », l'hebdomadaire un « instrument de création ».

Dix ans après la Libération, dans un article du 20 janvier 1955, *France Observateur* constate l'effacement du « journal politique et littéraire », le recul des journaux d'information à sensation très actifs dans l'immédiat après-guerre et surtout le « prodigieux bond en avant des hebdomadaires illustrés d'information » comme *Paris Match*, *Noir et blanc* : « La preuve est ainsi faite que le public se tourne de plus en plus vers des journaux abondamment pourvus de reportages photographiques, mais cherchant également à donner une impression d'ensemble sur les événements qui se sont déroulés dans le monde au cours de la semaine écoulée ». C'est pourtant de la mutation des hebdomadaires d'opinion aux tirages relativement limités, que va naître le *newsmagazine*.

En 1964, *L'Express* et *Le Nouvel Obs* s'orientent donc vers une nouvelle formule, inspirée des États-Unis qui rencontre le succès et qui s'impose rapidement, celle du *newsmagazine* moderne, « abondamment illustré, en prise directe avec l'actualité, de la plus sérieuse à la plus frivole, prodiguant à ses lecteurs des conseils de lectures théoriques autant que d'achats de matériel électronique<sup>17</sup> », formule qui, à la fois, éclipse le miroir photographique (*Match*, dont le tirage tombe à 300 000 exemplaires, connaît une période difficile jusqu'en 1976) et écrase la tradition de l'hebdomadaire politique et littéraire :

Sartre eût-il voulu écrire pour *L'Express* qu'il n'eût pu le faire après 1964. Sous son nouveau format, emprunté au magazine *Time*, le magazine rassemblait des nouvelles condensées en articles brefs et anonymes, rédigés en un style accessible ; quel qu'en fut le sujet, ces articles étaient tournés sur le même moule, et composés des mêmes ingrédients, assemblés suivant des principes de montage à la chaîne : ils devaient inclure un détail typique, une brève citation, une anecdote amusante. La procédure était simple : un reporter assemblait des informations et envoyait des notes ; quelqu'un doué de la méticulosité nécessaire en extrayait la substance ; quelqu'un d'autre se chargeait de la composition, et un documentaliste vérifiait chiffres et noms.<sup>18</sup>

Cette formule résout donc, par le biais d'une information réwritée, la sempiternelle équation du journalisme hebdomadaire d'information.

## La matrice de l'hebdomadaire d'information

Le journal hebdomadaire est, on l'a compris, une forme temporelle complexe. Il doit répondre à l'actualité en « bénéficiant du recul fourni par la semaine pour mieux voir et mieux comprendre<sup>19</sup> »,

---

<sup>14</sup> « *L'Express* devient quotidien », *L'Express*, 8 octobre 1955.

<sup>15</sup> Serge Stritzky et Françoise Roth, *Le Roman de L'Express*, Atelier Marcel Jullian, 1979, p. 84.

<sup>16</sup> *L'Express*, 24 septembre 1955.

<sup>17</sup> François Provenzano, « Rhétorique médiatique de l'oubli. L'obsession du présent dans *L'Express* » dans Nelly Wolf (dir.), *Années françaises à l'époque gaullienne (1958-1981) Littérature, cinéma, presse, politique*, Classiques Garnier, 2011, p. 197-210.

<sup>18</sup> Kristin Ross, *Rouler plus vite, laver plus blanc : modernisation de la France et décolonisation au tournant des années soixante*, Flammarion, 1997, p. 93.

<sup>19</sup> Claude Bourdet, « Pour un hebdomadaire d'information », *Combat*, 6 février 1950.

sans arriver trop tard « comme les carabiniers<sup>20</sup> » et être condamné à la répétition. Il ne répond donc pas aux mêmes règles que le journalisme quotidien, contraint à une course de vitesse derrière l'événement. Trois ingrédients paraissent caractériser l'écriture de l'hebdomadaire et leur dosage respectif permet de situer le périodique sur une échelle qui va du magazine sensationnaliste à l'hebdomadaire d'idées.

### *L'événementialisation*

L'hebdomadaire est largement soumis au tempo erratique, aléatoire et fortement pénalisant de l'événement d'actualité et la mythographie des hebdomadaires, ce que Roche et Provenzano appellent le « grand récit<sup>21</sup> », notamment visible dans les écrits autobiographiques des professionnels ou dans les numéros commémoratifs, fourmille de petites histoires où l'hebdomadaire a, par un coup de génie, gagné la bataille du temps : ainsi de la une de *Paris Match* le 23 juillet 1951, rapidement et génialement « repiquée » le jour de la mort de Pétain, pour un gros plan sur un objet, le képi du maréchal. Pour gagner cette bataille, l'hebdomadaire gagne à couvrir les événements dont il maîtrise le calendrier, c'est-à-dire ceux qu'il gère lui-même. Une des forces de l'hebdomadaire, c'est de pouvoir faire de sa propre parution l'événement de la semaine, soit en créant un événement médiatique (par exemple l'enquête lancée par Françoise Giroud dans *L'Express* autour de la génération de la nouvelle vague en août 1957), soit en produisant un scoop, vrai ou faux (ainsi *Marianne* se lance dans une promotion effrénée du reportage de Joseph Kessel sur Stavisky en 1934, *Noir et Blanc* produit dans son numéro du 4 avril 1951 une enquête sensationnelle « Oui, Hitler est vivant »), soit en faisant un numéro spécial, un dossier, sur tel ou tel sujet de fond, subterfuge utilisé dès 1928 et propre à faire vivre le numéro au-delà de la semaine. L'événementialité intègre toujours un peu ou beaucoup de réflexivité : ainsi *Paris-Match* rend-il compte du martyr de ses reporters blessés ou tués dans le cadre de l'exercice de leur métier, ainsi *L'Express* met en scène le 8 mars 1957 le témoignage de son directeur Jean-Jacques Servan-Schreiber de retour d'Algérie après six mois sous les drapeaux. Tous les concours ou les sondages frénétiquement organisés par les hebdomadaires vont dans le même sens comme ce roman-concours « De Qui est-ce ? » lancé par *L'Express* en juin 1955 qui vise à identifier au style les auteurs (Sagan, Druon, Troyat, Mauriac, Beck...) d'un roman. La mise en page même de l'hebdomadaire reflète souvent cette réflexivité, comme le prouve la double couverture que les miroirs photographiques utilisent souvent avant-guerre, utilisant la dernière page de leur magazine pour leur autopromotion<sup>22</sup>. Les hebdomadaires sont des machines à créer de la réflexivité, à mettre en scène leur fabrication avec une sorte de frénésie. Évidemment l'illustration participe de cette événementialisation réflexive.

### *L'illustration*

Au début du siècle, et jusqu'à la création d'*Excelsior*, seuls les hebdomadaires peuvent se permettre de publier beaucoup de photographies et d'illustrations. Même si au fur et à mesure que le siècle avance, la photographie se diffuse massivement dans les quotidiens, l'illustration reste l'avantage des hebdomadaires qui disposent de plus de temps pour commander un reportage illustré sur l'événement de la semaine ou pour faire leur sélection auprès des agences photographiques, et mettre en pages les images, de manière esthétique ou expressive, grâce à des photomontages<sup>23</sup>. Après guerre, la photographie reste un argument essentiel comme le montre *Radar* fondé avec ce sous-titre « le tour du monde en cent cinquante images » ou *Paris Match* qui reprend à *Life* la notion d'essai photographique, comme série d'images témoignant d'un même sujet et publiées sur une ou plusieurs pages de l'hebdomadaire. *Paris Match* trouve sa formule en s'attachant aux actualités les plus

<sup>20</sup> « Si nous avions encore été hebdomadaire, tout ceci se serait joué en notre absence, sans nous. Et, paraissant le vendredi matin, nous serions arrivés comme les carabiniers ». *L'Express*, 28 octobre 1955.

<sup>21</sup> Françoise Provenzano et Émilie Roche, « Les *news*magazines : faire l'actualité », dans *Manuel d'analyse de la presse magazine*, *op. cit.*, p. 164.

<sup>22</sup> Marie-Ève Thérénty, « Le magazine en miroir. Le dispositif des couvertures des hebdomadaires illustrés français dans les années 1930 (*Vu-Voilà-Détective*) », dans Andreas Beck et al. *Visual design. The Periodical Page as a Designed Surface*, Hannover, 2019, Wehrhahn Verlag, p. 197-222.

<sup>23</sup> Dans les années trente, ces photomontages sont extrêmement inventifs. Voir par exemple Michel Frizot et Cédric de Veigy, *Vu, le magazine photographique (1928-1940)*, éditions Lamartinière, 2009 ou Amélie Chabrier et Marie-Ève Thérénty, *Détective, fabrique de crimes ? (1928-1940)*, éditions Joseph K., 2017.

attractives et importantes en termes de photographies, soutenues par des contenus textuels réécrits par des journalistes compétents.

Mais la question de l'illustration ne concerne pas que les magazines. Il faut étendre sans aucun doute cette importance de l'image à tous les hebdomadaires, même lorsqu'ils relèvent du format journal. En témoigne l'importance du photomontage de Marinus dans *Marianne* qui s'affiche en tête de chaque numéro jusqu'au 5 juin 1940. En fait, ceux qui se lancent sans illustration au nom d'une certaine austérité idéologique, comme *France Observateur* en 1954, sont contraints d'évoluer rapidement.

Les hebdomadaires ont aussi pu être illustrés sans privilégier la photographie. Dans les hebdomadaires littéraires et politiques, le dessin parfois satirique ou alors illustratif joue un rôle essentiel dans l'économie du journal comme le montrent les riches rédactions de dessinateurs de *Candide* ou de *Gringoire* chargés du croquis d'actualité<sup>24</sup>. Dès son cinquième numéro, *Radar* préfère même aux couvertures photographiques les unes illustrées par des lavis réalisés par les dessinateurs Rino Ferrari et Angelo di Marco.

Visiblement, que ce soit par la photographie, l'image dessinée ou le dessin satirique, l'illustration, constitue la revanche de l'hebdomadaire dont le décalage lui permet d'être plus pertinent dans le choix de l'image qui peut être esthétique, satirique ou décalée. Évidemment l'illustration participe de l'éditorialisation spécifique de chaque magazine.

### *L'éditorialisation*

L'information brute est déjà connue du public, il attend de son hebdomadaire une information traitée, « du journalisme à l'état second... La conscience de l'actualité... une grille sur le magma de la vie... Un point de vue personnel<sup>25</sup> ». L'hebdomadaire doit donc éditorialiser son information : le recul lui impose de traiter chaque information avec un angle, une voix, un point de vue, une signature. Cette éditorialisation peut être idéologique dans la formule de l'hebdomadaire politique, elle sera quasiment sociologique dans le cas d'un *newsmagazine* comme *L'Express* destiné aux jeunes cadres supérieurs mais elle est surtout communicationnelle et passe aussi très souvent par le maintien d'une tradition de littérisation de l'information, affirmée dans les hebdomadaires des années trente.

Pour les auteurs, je vois aussi certains avantages. Bien des talents se sont émiettés dans le journalisme, mais l'hebdomadaire, qui se tient entre le journal et la revue, n'impose pas les mêmes servitudes ; lu avec plus de recul, il accueille le *papier* plus long, il se prête davantage à la réflexion et au raisonnement ; les vérités qu'il proclame ne commencent pas à pâlir huit heures plus tard ; il faut qu'elles tiennent au moins la semaine. Bref, on ne voit pas Renan rédigeant un éditorial chaque matin, tandis qu'on l'imagine assez bien – et on le regrette – dans « le Monde comme il va » de *Marianne*.

La grande difficulté d'un article, pour qui n'est pas rompu au rythme du journalisme, est d'allier la rapidité de vue à la construction, de fondre l'instant et la durée. Bien des écrivains voient là, au début, une impossibilité. L'hebdomadaire, qui, en somme, se rapproche des quotidiens d'autrefois, des feuilles auxquelles collaboraient les Gautier, les Sainte-Beuve, les sauve de ce scrupule et les raccommode avec le journalisme. Ils devinent là, en même temps, un public très étendu, plus attentif que dans la presse ordinaire, plus sensible à la littérature. Pourquoi ne pas s'adresser à lui ?<sup>26</sup>

Même si ces hebdomadaires ont encore été peu étudiés du côté de leur poétique, cette tradition se maintient après les années trente. L'hebdomadaire s'inscrit dans une temporalité complexe, retardée, de l'après-coup, qui explique que la tradition d'une écriture littéraire de l'actualité, très présente dans l'ensemble de la presse jusqu'à la Seconde Guerre mondiale<sup>27</sup> puis largement bannie des quotidiens, à quelques exceptions près, pour des raisons qui tiennent essentiellement à de nouvelles exigences au niveau de l'objectivité de l'information, trouve refuge dans les hebdomadaires. *L'Express* des années cinquante joue à fond la carte de l'auctorialisation de ses articles, comme en témoignent ses efforts pour s'attacher en même temps non seulement François Mauriac mais aussi Albert Camus et même

<sup>24</sup> Voir sur cet aspect essentiel Amélie Chabrier et Marie-Astrid Charlier (dir.), *Coups de griffe, prises de bec, La satire dans la presse des années trente*, Impressions nouvelles, 2018.

<sup>25</sup> Marcel Augagneur, « L'esprit *Gringoire* », *L'Intransigeant*, 10 août 1933.

<sup>26</sup> Jacques de Lacretelle, « L'hebdomadaire et la crise du livre », *Marianne*, 22 novembre 1933.

<sup>27</sup> Sur ce point, voir Dominique Kalifa et al., *La Civilisation du journal. Histoire culturelle et littéraire de la presse au XIX<sup>e</sup> siècle*, Nouveau monde éditions, 2011.

Sartre. Mais la littérisation des hebdomadaires ne passe pas seulement par l'emploi d'éditorialistes et d'écrivains-reporters renommés mais aussi, plus largement, par la valorisation d'écritures romancées ou satirisées, soit des écritures distancées de l'événement où le plaisir vient moins de la découverte de l'information que de sa consommation sous une autre forme inattendue et distractive, connivente aussi. L'école du romancement de l'information très présente par exemple dans les hebdomadaires des années trente se maintient sensiblement dans *Paris Match* qui fait réécrire tous ses papiers, selon cette recette<sup>28</sup>. L'éditorialisation, même si elle est moins auctoralisée, n'est donc pas plus faible du côté des magazines. Il s'agit alors plutôt d'un effet-marque qui passe par un rewriting marqué de tous les articles afin de lui donner le style voulu.

Ce *rewriting* n'est donc pas uniquement conçu pour rendre compte d'une information retardée, on voit qu'il est fait aussi pour construire une communauté autour d'une manière d'appréhender le monde. Cet usage de l'hebdomadaire, appuyé sur la caractéristique cyclique du temps répétitif de la semaine<sup>29</sup>, explique la présence dans ces périodiques d'un traitement de l'information aussi fondé sur des marronniers et des récursivités.

### **L'invention de nouveaux gestes, de nouvelles pratiques, de nouvelles communautés hebdomadaires**

Au XX<sup>e</sup> siècle, l'hebdomadaire participe à l'articulation du temps social et du temps intime. Le journal scande doublement la semaine par son jour de sortie, stabilisé dans les années cinquante plutôt en fin de semaine, et par son jour de lecture, souvent le dimanche. Mais d'une manière plus générale, ces périodiques ont participé depuis le début du siècle à l'*hebdomadairisation* de la société, comme le montrent les titres de certains journaux (*Vendredi*, en attendant *VSD* ou *L'Événement du jeudi*), les pseudonymes de leurs collaborateurs (la signature *Vendredi* dans *Vendredi*), les titres de leurs rubriques (« Sept jours/sept nuits ; « Semaine après semaine »), les publicités (« les sept jours d'un homme pressé<sup>30</sup> »), les découpages des enquêtes parfois restituées sous une forme éphéméride, jour après jour<sup>31</sup>, et surtout la création d'événements (dès le début du siècle, *La Vie au grand air* organise des manifestations sportives hebdomadaires) et la mise à disposition d'objets. À titre d'exemples, *Gringoire* lance ainsi en 1932 le disque hebdomadaire *Ebdi* avec un slogan « tous les samedis, mon *Ebdi* »<sup>32</sup> et *Paris Match* met en vente régulièrement des objets *hebdomadairisés*, comme ces cartes murales pour les instituteurs, « nouvelle formule hebdomadaire » qui tiendra au courant « chaque semaine » « des grandes questions à l'ordre du jour »<sup>33</sup>.

Tous ces phénomènes montrent la force d'une périodicité autonome conçue autour d'une semaine vue comme indépendante de l'actualité et de l'événementialité. Les usages décrits par les courriers des lecteurs révèlent des pratiques multiples de gestion du périodique : la scansion hebdomadaire impatiente, précise et rythmée coexiste non seulement avec une lecture légèrement retardée, mais aussi avec des appropriations qui semblent laissées au hasard de la découverte d'un hebdomadaire périmé, dans une salle d'attente ou un salon plus ou moins bourgeois :

Voilà deux mois, votre hebdomadaire m'est tombé dans les mains. Je l'ai lu avec un vif intérêt. Et j'avoue que, depuis ce temps-là, je l'attends chaque semaine avec impatience<sup>34</sup>.

Je ne suis pas abonnée mais j'achète chaque semaine votre numéro chez mon fournisseur d'Elbiar. Ensuite je l'envoie à Saint-Cloud chez mes parents, puis ma sœur qui s'occupe de la librairie de l'action Catholique à Saint-Cloud et qui le prête à certaines lectrices puis le numéro termine son voyage à l'hôpital Foch au Val d'or !... évidemment cela fait beaucoup de personnes qui ne l'achètent pas parce que je le leur passe, mais ces personnes n'en ont pas les moyens<sup>35</sup>.

<sup>28</sup> Nous nous permettons de renvoyer à notre article Marie-Ève Thérénty, « Vivacité du reportage littéraire français dans les années cinquante : le rewriting et le romanesque dans *Paris Match* », à paraître dans la revue *Recherches et travaux*.

<sup>29</sup> Voir Eviatar Zerubavel, *The Seven Days Circle. The History and Meaning of the Week*, The Free Press, 1985.

<sup>30</sup> *L'Express*, 18 juin 1955.

<sup>31</sup> Voir l'enquête de Drieu la Rochelle sur l'opinion publique, *Marianne*, 25 avril 1934.

<sup>32</sup> « Comme on s'abonne au journal, abonnez-vous au disque, *Ebdi* le disque hebdomadaire », *Gringoire*, 1<sup>er</sup> janvier 1932.

<sup>33</sup> « L'effort de *Paris Match* en faveur du corps enseignant », *Paris Match*, 19 septembre 1953.

<sup>34</sup> « Un prêtre missionnaire nous fait parvenir la lettre suivante », *France Observateur*, 14 juillet 1955.

<sup>35</sup> Lettre de Mme M. W. Aterkeyn, Alger, *Paris Match*, 16 février 1952.

J'ai arrangé les revues dans le porte-revues, des vieux *Express*, des vieux *Match*, des vieux *Lectures pour Tous* et un numéro égaré de *Newsweek*<sup>36</sup>.

En fait, ces piles nous montrent qu'une autre caractéristique temporelle de l'hebdomadaire est sa toujours possible désynchronisation. Matière moins périssable que le quotidien, l'hebdomadaire est aussi pensé pour un usage long, pour un feuilletage négligent. Dès le début du siècle, ses pages proposent des sujets autonomes permettant au lecteur de le feuilleter librement et quasi indépendamment de l'actualité. Le courrier montre des lecteurs sensibles à cette grammaire : « vos doubles pages, vivantes, souvent gaies, nous apportant des éléments neufs sous une forme agréable, cela n'a pas de place dans un quotidien<sup>37</sup> ». Ces doubles pages, soit qu'elles soient dédiées à la publicité, soit qu'elles se veulent plutôt documentaires, mettent souvent en vedette des objets, métonymie d'un style de vie bourgeois : « La glorieuse histoire de Sèvres peinte sur porcelaine est retracée pour vous en couleurs sur la double page suivante<sup>38</sup> ».

La lecture d'un hebdomadaire constitue donc un geste significatif et l'abonnement montre l'adhésion à une communauté, l'adhésion à un style. Pas besoin d'être un sémioticien averti pour voir que ces deux piles romanesques et apparemment négligentes d'hebdomadaires ne s'adressent pas à la même communauté :

Des piles et des piles de journaux dépareillés : *L'Illustration*,  
*Point de Vue*, *Radar*, *Détective*, *Réalités*, *Images du Monde*, *Comoedia*.<sup>39</sup>

Sur un guéridon à côté d'elle, il y a des revues – *Réalité*, *L'Express*, *Candide*, *Votre Jardin* – et quelques livres : le Goncourt, le Renaudot. Des disques sont éparpillés sur le divan, bien que Dominique n'écoute jamais de musique.<sup>40</sup>

D'un côté, dans cette cave, des magazines *people* ou à sensation, de l'autre dans cet environnement très bourgeois, plutôt des hebdomadaires de lecture avec le significatif *L'Express* dont Georges Perec a bien montré combien il a pu renvoyer aussi à un mode de vie national, celui d'une nouvelle classe moyenne réunie autour du culte de la marchandise, de l'équipement mobilier et ménager et de l'espoir d'une hausse du niveau de vie.

Ils ne s'en cachaient pas : ils étaient des gens pour *L'Express*. [...]

Où auraient-ils pu trouver plus exact reflet de leurs goûts, de leurs désirs ? N'étaient-ils pas jeunes ? N'étaient-ils pas riches, modérément ? *L'Express* leur offrait tous les signes du confort : les gros peignoirs de bain, les démystifications brillantes, les plages à la mode, la cuisine exotique, les trucs utiles, les analyses intelligentes, le secret des dieux, les petits trous pas chers, les différents sons de cloche, les idées neuves, les petites robes, les plats surgelés, les détails élégants, les scandales bon ton, les conseils de dernière minute<sup>41</sup>.

C'est d'ailleurs dans les hebdomadaires des années cinquante que Roland Barthes non seulement documente ses *Mythologies* mais aussi parfois les publie. Rien d'étonnant alors à ce que des changements civilisationnels, comme l'entrée dans la société de consommation des Trente glorieuses, ne se perçoivent pour les contemporains au prisme de l'hebdomadaire plutôt que de l'observation du réel contemporain, comme si le périodique n'était pas seulement construit comme un rendu de l'actualité hebdomadaire mais aussi comme un miroir tendu à la société pour rendre compte de temporalités et de mutations plus profondes.

François Nourissier, dans un chapitre entier de ses mémoires, rend compte, éberlué, catastrophé, de la métamorphose de la France, métamorphose qu'il découvre justement dans les hebdomadaires.

---

<sup>36</sup> Jean-Patrick Manchette, *Morgue Pleine*, Gallimard, 1973, p. 9.

<sup>37</sup> *L'Express*, 1<sup>er</sup> octobre 1955.

<sup>38</sup> Bertrand Berruyer, « *Paris-Match* a dressé la table la plus prestigieuse du monde », *Paris Match*, 22 septembre 1951.

<sup>39</sup> Georges Perec, *La Vie mode d'emploi*, Paris, LGF, 1978, p. 193

<sup>40</sup> Simone de Beauvoir, *Les Belles images*, Folio, 1966, Gallimard, p. 91.

<sup>41</sup> Georges Perec, *ibid.*, p. 72.

Dans les années 50, ils lui semblaient reproduire un monde passablement peu différent de celui d'avant-guerre qu'il ne reconnaît plus dans les années soixante.

Je m'impose chaque semaine la lecture des magazines et des hebdomadaires. Voilà dix ans c'étaient deux heures bien agréables. Le mardi je me sentais l'appétit aiguisé. Le mercredi et le jeudi, une vraie fête. *Match*, les feuilles littéraires, bientôt *L'Express*, m'offraient des images, des vanités, des visages familiers, une France bien connue, fiévreuse, pas tellement riche, les pieds enlisés dans l'un ou l'autre de ses borbiers coloniaux [...] Or, que se passe-t-il aujourd'hui quand j'émerge de mes lectures hebdomadaires ? Quelle dérive s'est donc produite, qui me fait paraître si lointain, si nouveau, si peu reconnaissable et pour tout dire si fou, un univers qui pourtant devrait être resté le mien ? En pile sur ma table j'ai posé une bonne douzaine de *Match* et de *Candide* : que contiennent-ils ?

Ils contiennent du fric, du succès, du gaullisme, des « Mirages IV » porteurs de bombes françaises, des visages de vingt ans (chanteurs), de quarante ans (ministres, « grands commis », patrons sociaux), deux visages sans âge (notre général et le chancelier voisin), des bals de débutantes, des statistiques devenues folles, un épais et violent parfum de réussite, de richesse et de grand restaurant... Ils contiennent un pays méconnaissable<sup>42</sup>.

En fait, comme l'a repéré Kristin Ross, grande analyste de la période consumériste des Trente glorieuses, la communauté du périodique hebdomadaire, notamment quand sa mue en *newsmagazine* est aboutie, affaiblit le sentiment de l'événementialité au profit d'une périodicité qu'elle considère pour sa part comme fondamentalement aliénante : « Cette complicité déterminante et agissante se traduit par l'élimination de l'horizon de ces sciences de tout ce qui pouvait perturber le procès de répétition, et notamment par l'abandon de la catégorie conceptuelle d'événement<sup>43</sup> ». Sans forcément introduire de jugement de valeur, la spécificité de la temporalité médiatique hebdomadaire semble être – nous relativisons un peu l'évaluation de Kristin Ross – une intégration de l'événement classique, politique par exemple (qui est bien présent aussi) dans une temporalité longue, pleine de marronniers et de récursivités qui finalement décrit et aussi définit un style de vie. Ainsi, avec l'enquête lancée le 23 août 1957 sur la génération de la nouvelle vague dans *L'Express*, Giroud veut fidéliser les futurs cadres en leur tendant un miroir hebdomadaire flatteur et fidélisateur.

Que déduire des nouveaux gestes et des nouvelles pratiques des hebdomadaires, tels qu'ils s'affinent tout au long du XX<sup>e</sup> siècle ? Les hebdomadaires accompagnent et soutiennent les nouveaux rythmes collectifs et professionnels de la semaine, comme le montre l'analyse de Roland Barthes de leur rubrique horoscope : « Les astres ne postulent jamais un renversement de l'ordre, ils influencent à la petite semaine, respectueux du statut social et des horaires patronaux<sup>44</sup>. » Généralement, les hebdomadaires, et notamment les hebdomadaires à fort tirage, s'adosent autant à un rythme irréversible qu'ils dépendent d'une événementialité qu'ils maîtrisent mal. Ils sont conçus pour admettre une lecture possiblement désynchronisée car ils sont aussi faits pour construire des communautés, pour véhiculer des styles de vie, des points de vue sur la société et le monde, pour rendre compte de répétitions et d'évolutions longues, plutôt que de ruptures brutales mais éphémères :

Je me souviens aussi que *L'Express* s'étant sous-titré « L'hebdomadaire de la Nouvelle Vague », *Le Canard enchaîné* avait fait remarquer qu'on aurait davantage attendu d'un organe de presse qu'il se vante de donner des nouvelles précises<sup>45</sup>.

Avec cette boutade, pour une fois, *Le Canard* ne tombe pas très juste.

Proposer de suivre la ligne hebdomadaire aux dépens de la ligne magazine qui a eu le vent en poupe ces dernières années chez les historiens de la presse et chez les spécialistes de l'information et

---

<sup>42</sup> François Nourissier, *Un petit bourgeois*, Grasset, 1963.

<sup>43</sup> Kristin Ross, *op. cit.*, p. 22.

<sup>44</sup> Roland Barthes, *Mythologies*, Seuil, 1957, p. 166.

<sup>45</sup> Georges Perec, *Je me souviens*, Paris, Fayard, [1978], 2011, p. 337.

de la communication, c'est vouloir saisir comment le temps médiatique s'insère dans le temps social et finit par influencer des poétiques.

La différence présente jusqu'au début des années soixante entre deux types d'hebdomadaires d'information, l'hebdomadaire de lecture et le miroir photographique, s'éteint avec l'invention du *newsmagazine*. Celle-ci entraîne une croissance des *soft news*, de l'image, de la publicité (la semaine-cycle), aux dépens d'une forme d'éphéméride, de réactivité à l'événementiel, d'accompagnement textuel (l'actualité-semaine). Aujourd'hui, on peut penser que l'affaiblissement social de la semaine-cycle, sensible par exemple du côté du code du travail (remise en cause du dimanche chômé pour tous), de l'école (différenciation du jour de relâche), des loisirs (production-consommation de flux par internet), peut être une explication du recul de la formule du *newsmagazine*.

**Mots-clés** : journalisme, presse hebdomadaire, *newsmagazines*, magazines, information.

**Keywords** : journalism, weekly press, news, *newsmagazines*, magazines

**Résumé** : Cet article porte sur la gestion du temps de la semaine dans les hebdomadaires d'information qui connaissent le risque d'avoir un temps de retard, par rapport aux quotidiens et aux autres médias (radio, télévision). L'article présente les deux modèles historiques français d'hebdomadaires d'information, les « hebdomadaires de lecture » et les « miroirs photographiques » jusqu'à l'instauration en 1964 du format *newsmagazine*. Il montre les procédés poétiques inventés par les hebdomadaires pour concurrencer avec succès les quotidiens et les autres médias : événementialisation, éditorialisation, illustration. Il insiste enfin sur la présence à côté de l'actualité hebdomadaire d'une semaine cycle avec un traitement de l'actualité récursif qui accompagne les nouveaux rythmes collectifs et professionnels, qui construit des communautés et véhicule des styles de vie.

**Summary** : This article deals with the management of the time in weekly news magazines which are at risk of being behind the daily newspapers and the other media (radio, television). The article presents the two historical French models of weekly news magazines, the "reading weeklies" and the "photographic mirrors" until the introduction of the *newsmagazine* format in 1964. It shows the poetic processes invented by the weeklies to compete successfully with the daily newspapers and other media: eventialization, editorialization, illustration. Finally, the paper insists on the presence of a weekly news cycle alongside the weekly news, with a recursive treatment of the news that accompanies the new collective and professional rhythms of the week, that builds communities and conveys lifestyles.

Marie-Ève Thérénty est professeur des universités et directrice du centre de recherche RIRRA 21 à l'université Paul Valéry-Montpellier 3. Spécialiste des rapports entre presse et littérature, de poétique des supports et d'imaginaire des sociétés médiatiques, elle a publié plusieurs ouvrages dont *Mosaïques. Etre écrivain entre presse et roman (1829-1836)*, Champion, 2003 ; *La Littérature au quotidien. Poétiques journalistiques au XIX<sup>e</sup> siècle*, Seuil, 2007 ; *Femmes de presse, femmes de lettres. De Delphine de Girardin à Florence Aubenas*, CNRS éditions, 2019 et avec Pierre-Carl Langlais et Julien Schuh, sous le pseudonyme de Roy Pinker, *Fake news et viralité avant internet*, CNRS, 2020. Elle codirige avec Guillaume Pinson la plate-forme medias19.org dédiée à l'étude de la culture médiatique et elle pilote le projet ANR Numapresse.