

Zeitschrift: Domaine public

Herausgeber: Domaine public

Band: - (2008)

Heft: 1799

Artikel: Le Net sur papier, une fois par semaine : "Vendredi" parviendra-t-il à vendre ce qui est mis gracieusement à la disposition des internautes? : et apportera-t-il une plus-value?

Autor: Gavillet, Françoise

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1012606>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 29.04.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Le Net sur papier, une fois par semaine

«Vendredi» parviendra-t-il à vendre ce qui est mis gracieusement à la disposition des internautes? Et apportera-t-il une plus-value?

Françoise Gavillet (21 octobre 2008)

Curieux objet, et curieuse entreprise, à contre-courant du mouvement dominant vers le tout virtuel. Vient de sortir en kiosque le premier numéro d'un nouvel hebdomadaire, *Vendredi*, dont l'ambition est de relayer «les meilleures infos du net». Huit pages, un format tout en hauteur, plutôt malcommode à manier (on en regretterait son écran).

Les créateurs de cette publication ne sont pas des «bleus». Le directeur, Jacques Rosselin, a créé il y a vingt ans *Courrier international*, le magazine qui propose une sélection d'articles traduits de la presse internationale. Le rédacteur en chef, Philippe Cohen faisait partie de l'équipe fondatrice de *Marianne*. Ces références se ressentent d'ailleurs dans *Vendredi*, tant dans le choix d'un journal de *best of* que dans la manière de privilégier le coup de gueule, l'humour vache, le discours non conformiste.

Un journal éclaté

Ce premier numéro fait alterner des notes de quelques lignes, nombreuses, et des articles plus longs. Dans les brèves, une moisson d'infos, d'humeurs, de dérision, mais aussi des liens, des présentations de vidéos, le tout sur les sujets les plus divers.

Les articles plus développés naviguent entre thèmes franco-français et crise financière. Ils consistent le plus souvent en citation intégrale de textes mis

en ligne sur des blogs et des sites (connus ou inconnus). Celui d'une éthologue proche d'ActuChômage, par exemple, qui exprime colère et raz le bol face aux choix de soutien à géométrie très variable des gouvernants: «la dette pour les investissements humains, c'est mauvais; la dette pour nourrir l'ogre financier, c'est bien». Ou le dernier épisode du réquisitoire de l'avocat Eolas contre la ministre de la justice, Rachida Dati, sur son blog très couru (voir aussi *Le Monde* du 18.10). Plus loin, c'est une enquête sur les projets d'éoliennes dans le département de l'Aube: A qui profite le vent?

Quels choix éditoriaux

Difficile, à partir de ce premier numéro de voir la cohérence de l'entreprise et de ses choix éditoriaux. C'est évidemment une première livraison d'appel, inévitablement accrocheuse, avec l'ouverture la plus large possible aux différents publics potentiels – on constate d'ailleurs, rien d'étonnant, que la publicité est quasiment absente de ces huit pages.

Dans son éditorial, Philippe Cohen lance une charge contre «nos chers commentateurs-zavisés», «nos intellectuels, journalistes et experts» et les «pitres médiatiques» dont il juge les références complètement déphasées, et qu'il encourage à découvrir le web. L'édito se conclut, en forme de profession de foi, sur la raison essentielle de la

création du nouvel hebdo: «Venu, comme les autres fondateurs de *Vendredi*, de la presse papier, je suis convaincu aujourd'hui d'un fait qu'il m'a été difficile d'accepter: l'audace intellectuelle, le courage et l'indépendance ont trouvé refuge sur Internet. Encore faut-il savoir les chercher et surtout les trouver. C'est le but de ce journal.»

Une autre conviction, argument de poids pour lancer l'hebdo, apparaît en filigrane: c'est sur le net aujourd'hui que l'on peut appréhender les réactions des gens, des non-experts. Comment, en particulier, accueillent-ils les plans de sauvetage des banques et leurs milliards? La tonalité exaspérée de nombreux commentaires d'internautes en donne une idée.

Trouver son public

Il n'en reste pas moins que la question du lectorat visé par un tel hebdo se pose. Il risque bien d'être snobé par les adeptes du tout virtuel, qui sont souvent aussi des experts de l'exploration sur le net. Il peut en revanche séduire celles et ceux qui peinent à s'orienter dans le fourre-tout décoiffant d'Internet. A cet égard, le journal propose en dernière page une liste brièvement commentée des sites et blogs cités dans ce premier numéro: plus foisonnant qu'un inventaire à la Prévert, et bien intéressant.

Des lecteurs peuvent aussi être attirés par une info plus diversifiée, un ton plus libre, des débats où la parole est prise par des gens qui ne figurent pas systématiquement sur les carnets d'adresse convenus des médias en place. Mais il faudra alors qu'il soit très sélectif dans le choix des textes relayés et des liens proposés.

Regard critique attendu

Or, pour tout nouveau converti, la posture réflexive ou critique est difficile. Il est frappant de constater, dans une publication qui met au premier plan les infos du net, que la question de la validité de ces infos, de leur vérification, n'est abordée que de biais et marginalement. Une brève relaie les réflexions d'un blogueur après la récente

annonce malencontreuse de la mort de Steve Jobs, patron d'Apple, sur un site participatif appartenant à CNN. Le rédacteur du blog s'interroge: l'univers totalement ouvert du net, la forte densité informationnelle du monde actuel permettent-ils autre chose que des systèmes de «*vérification relative*»? A suivre sur la durée.