

Temps Présent teste sa formule auprès des jeunes

L'équipe du magazine de la RTS *Temps Présent* est partie cet automne à la rencontre des lycéen·nes de sept cantons. Nous avons suivi le démarrage de la tournée, début octobre, au lycée Blaise-Cendrars à La Chaux-de-Fonds.

Christian Georges

«**L**a vie démocratique (voire la survie des États démocratiques) dépend d'une information de qualité et de citoyens capables de faire le tri», a d'emblée lancé le directeur du lycée Christophe Stawarz. Pour lui, l'émission *Temps Présent*, avec son art de la narration, perpétue la tradition du journalisme d'investigation de qualité. Pour «faire sortir la vérité du puits», comme disait Nicolas Bouvier, il faut oser le voyage vers l'autre, cultiver l'art de la rencontre. Une démarche qui demande du temps! Par cette tournée, a résumé la journaliste Tania Chytil, la RTS cherche à faire comprendre aux jeunes ce qui se joue en coulisses: comment se construit un reportage, et, partant, la crédibilité d'un média.

Producteur de *Temps Présent*, Jean-Philippe Ceppi s'est dit marqué par des rencontres récentes avec deux journalistes. Cordula Meier, du *Spiegel*, s'inquiète du retour du populisme dans cette Allemagne qui a porté au pouvoir Hitler en 1933, après ses violentes diatribes contre les journalistes. Selon elle, l'École et l'éducation aux médias offrirait les meilleurs remparts contre une nouvelle dérive. Journaliste aux Philippines, Maria Ressa se dit convaincue que Facebook a sa responsabilité dans l'élection de Rodrigo Duterte. Ce président qui a promis de «tuer le journalisme» règne sur un pays considéré comme un laboratoire par le réseau de Mark Zuckerberg. «Tout ce qui est testé là-bas finit un jour sur vos téléphones», assure Jean-Philippe Ceppi.

Un petit quart de la centaine d'élèves présents ont assuré regarder *Temps Présent*, au moins occasionnellement. Toutes et tous avaient été invités en classe à jeter un œil critique sur le reportage «Il était une fois les migrants italiens» (15 jours de tournage dans les Montagnes neuchâteloises, 40 heures de rushes ramenés à 52 minutes, signala le réalisateur Cédric Louis). Certain·es élèves saluèrent la dimension de proximité, d'autres s'étonnèrent que le montage ne retienne pas les témoignages de celles et ceux qui avaient mal vécu leur intégration. Un intervenant fit au reportage le reproche de tourner en rond, avec un médecin dont les propos se répétaient (critique admise par le réalisateur). Les plus impatient·es jugeaient que le propos aurait pu être condensé en dix minutes. À l'inverse, des exigeant·es regrettaient l'absence de chiffres ou de précisions contextuelles sur les causes de l'immigration depuis le Sud de l'Italie.



Jean-Philippe Ceppi et Tania Chytil, en tournée pour la RTS dans les lycées romands

«Je suis inquiet de la part que prennent les réseaux sociaux dans le temps que vous avez pour vous informer», avoua Jean-Philippe Ceppi, dans le courant de la discussion. «Il est plus difficile pour nous de venir vous chercher. Aujourd'hui, vous avez disparu, on ne sait plus où vous trouver. C'est angoissant. YouTube fragmente le public. Alors que notre vocation, à *Temps Présent*, c'est de fédérer!»

C'est lorsqu'ils-elles se hasardèrent à parler des nouveaux formats de l'information que les élèves firent les remarques les plus intéressantes. Une élève mentionna qu'elle suivait les vidéos du média *Brut* sur Instagram, mais elle se demandait si les grands sujets (comme la drogue ou le viol) avaient de la valeur, traités en quelques minutes. Un élève a déploré ne pas être pris au sérieux quand il se risque à citer des vulgarisateurs sur YouTube (comme Max Bird). Alors qu'en face, le label *Temps Présent* fait tout de suite autorité.

«À vous d'en juger, à vous de constituer votre menu, en gardant un esprit critique!», a répliqué Jean-Philippe Ceppi, qui s'est défendu de faire un plaidoyer pro domo.

Aux futur·es citoyen·nes payeurs de la redevance, l'équipe de *Temps Présent* n'a cependant pas manqué de souligner la dimension économique des enjeux: le magazine phare de la RTS fabrique trente-quatre à trente-six sujets par an. Il procède à une quinzaine d'achats pour compléter sa programmation. Alors que le budget d'une émission propre tourne autour de Fr. 145'000.-, un sujet acheté à l'international coûte 5000 euros.