

## Fiche pédagogique

Le Printemps  
du journalisme

Sortie en salles  
17 janvier 2018

Diffusion TV (RTS Deux) :  
28 janvier 2018 à 20h55  
29 janvier 2018 à 23h10



Film documentaire long-métrage,  
Suisse, 2017

Réalisé, filmé et produit par :  
Frédéric Gonseth

Commentaire dit par :  
Michel Voïta

Intervenants : Isabelle  
Falconnier, Anna Lietti, Luc  
Debraine, Adrià Budry Carbo,  
Daniel Pillard, Alain Jeannet,  
Serge Gumy, Pierre Ruetschi,  
Thierry Meyer, Léa Favre, Iseult  
Théraulaz, Hansi Voigt, etc

Son et musique :  
Catherine Azad

Montage : Prune Jaillet et  
Frédéric Gonseth

Version française

Durée : 1h12

Distribution en Suisse :  
Frédéric Gonseth Productions

Âge légal : 16 ans  
Âge conseillé : 16 ans

Voir le film sur laPlatform (avec  
votre login habituel) :

[https://laplattform.ch/fr/le-  
printemps-du-journalisme](https://laplattform.ch/fr/le-printemps-du-journalisme)

## Résumé

En janvier 2017, un magazine meurt. Suscitant un grand émoi en Suisse romande, la disparition de *L'Hebdo* ne touche guère les jeunes. Ils sont nés à l'ère de l'information digitale, légère et gratuite. Un test effectué auprès de plusieurs classes révèle cependant que la plupart des élèves n'identifient pas facilement les « fake news » - qui sont légion sur la Toile. De leur côté, les enseignants romands qui sensibilisent leurs élèves aux médias sont encore trop peu nombreux. Quant aux autorités politiques et aux parents, ils découvrent tout juste l'ampleur du phénomène et ses potentielles conséquences. Mais les signes d'un printemps s'annoncent. Des journalistes de *L'Hebdo*, associés à de nombreux jeunes collègues, relèvent le défi et lancent un nouveau magazine numérique : *Bon pour la tête*.

En Suisse, la prestigieuse presse papier, la radio, la télévision traditionnelle auront-elles bientôt atteint un point de non-retour ? La jeune génération est-elle en train de se passer des journalistes ? Le déclin des médias traditionnels est-il inéluctable ? La démocratie helvétique, avec sa complexité, pourra-t-elle survivre à un tel passage à vide, entre la fin du papier et un internet non régulé ? Un magazine papier peut-il renaître sous une forme numérique et sans aucun soutien financier, hormis celui

de ses abonnés numériques ? Toutes ces questions parcourent ce film.

Alors que les quotidiens traditionnels sont soumis à des objectifs de rentabilité et que les éditeurs les privent des revenus importants que dégagent les petites annonces digitales, est-ce qu'on ne leur demande pas l'impossible pour mieux justifier ensuite des mesures draconiennes, comme, par exemple, le regroupement en un seul desk de toutes les rédactions romandes du groupe Tamedia ?

Frédéric Gonseth a voulu mettre en parallèle cette crise des médias avec les jeunes qui n'en sont pas responsables, mais qui, par leurs comportements pilotés par les géants mondialisés de l'économie du Net, en accentuent les effets à vitesse grand V.

Pour illustrer l'un de ces effets, il a proposé à des enseignants vaudois de faire passer un test à leurs élèves. Mis au point par le Stanford History Education Group de l'Université californienne, en 2016, ce « test de Fukushima » permet d'observer comment les élèves réagissent à une image sur les conséquences spectaculaires de la radioactivité aux abords de la centrale. Lors de ce petit test vaudois auprès de 140 élèves de 12 à 17 ans, seuls 40% se demandent d'où provient cette image. En-dehors du cercle scolaire, il semble que ce taux descende beaucoup plus bas. (RTS)

## Discipline et thèmes concernés

### FG MITIC, éducation aux médias

#### FG 31 — Exercer des lectures multiples dans la consommation et la production de médias et d'informations

...en vérifiant les informations reçues des médias et en en produisant selon les mêmes modes...

...en identifiant les différents médias, en distinguant les différents types de messages, et en en comprenant les enjeux...

...en analysant des images fixes et animées au moyen de la grammaire de l'image...

...en étudiant les manifestations de la "société de l'information et de la communication" et certaines de ses conséquences

## Commentaires

L'optimisme volontariste du titre contraste avec l'ouverture du film, un travelling sur des pierres tombales. Y sont inscrits les titres tombés ces vingt dernières années au champ d'honneur de la liberté d'expression et de la diversité des opinions :

*Gazette de Lausanne 1798 – 1998*  
*Journal de Genève 1826 – 1998*  
*La Suisse 1898 – 1994*  
*Le Nouveau Quotidien 1991 – 1998*  
*L'Hebdo 1981 – 2017*

Le réalisateur Frédéric Gonseth avait prévu d'intituler son film *Génération No Media*. Son intention initiale, début 2017, était d'enquêter sur le rapport des jeunes à l'information. Sur leur propension à ne privilégier aucun canal en particulier. Et à ne jamais payer pour un travail journalistique. La décision brutale de l'éditeur Ringier de cesser la publication de *L'Hebdo* a amené le réalisateur à modifier son projet.

Par bonheur, il a conservé un aspect essentiel : le film s'arrête sur le rôle crucial de la Semaine des médias à l'école pour familiariser les élèves avec le travail des journalistes. « *Quand vous êtes à la boulangerie, vous le payez, votre croissant ?* », lance une rédactrice du quotidien 24 Heures à une galerie d'ados. Dans les locaux de la Radio Télévision Suisse, à La Sallaz, des élèves s'essaient à la lecture des infos au micro, comme lors du flash horaire.

On comprend d'autant mieux le mérite des enseignants qui effectuent ce travail d'imprégnation que Frédéric Gonseth a mitonné un petit test de son cru pour évaluer l'esprit critique des adolescents. Une photo présentant des marguerites mutantes est soumise à leur appréciation. Peut-on en déduire de manière péremptoire que cette photo atteste des séquelles de la catastrophe nucléaire de Fukushima ? Les jeunes sont invités à motiver leurs réponses. C'est cette expérience que cette fiche

pédagogique vous invite notamment à reproduire dans vos classes.

Un aspect frappant du documentaire est que les moins de 25 ans interrogés n'ont semble-t-il développé aucune relation affective avec le moindre organe de presse ou la moindre marque de médias. Et comment seraient-ils fidèles, puisque, comme le dit joliment l'un d'eux : « *On nous a tout vendu gratuit* ».

Y aura-t-il la place, demain, pour des médias de qualité en Suisse romande ? Pour de nouveaux formats journalistiques ? Le documentaire atteste de la capacité de résilience des journalistes orphelins de *L'Hebdo*, qui ont aussitôt lancé le site *Bon pour la tête*. Il note aussi, de manière réjouissante, que les études de journalisme attirent toujours autant de nouveaux candidats, certains d'avoir un rôle à jouer à l'ère des *fake news*.

Mais ces enthousiastes trouveront-ils un public prêt à payer une information de qualité ? Force est de constater que les avis recueillis dans le documentaire ne sont pas réconfortants. Si la solidarité de quelques personnalités politiques semble sincère, celle du public paraît bien fragile : réactions molles, indifférence ou fatalisme, conviction qu'il y aura toujours un robinet à infos vers lequel se tourner (peu importe s'il contient des bacilles sournois).



Ce n'est que lorsqu'ils sont mis devant leur propre crédulité que les jeunes du film reconnaissent enfin le besoin de se tourner vers une instance médiatique de validation...

## Objectifs pédagogiques

- Identifier et comprendre les multiples raisons pour lesquelles des médias sont menacés dans leur existence
  - Sensibiliser les élèves au coût de la production et de la diffusion d'une information de qualité
  - Sensibiliser les élèves à l'importance d'une presse diversifiée dans un cadre démocratique
  - Effectuer un exercice pratique de vérification de la fiabilité d'une information
- 

## Pistes pédagogiques possibles

### APRÈS AVOIR VU LE FILM

#### AVANT DE VOIR LE FILM

Proposer aux élèves de faire le test des "marguerites de Fukushima" (document en annexe, fiche élève numéro 1).

Chaque élève reçoit la fiche imprimée et dispose de quelques minutes pour répondre, par écrit, aux deux questions posées.

**ATTENTION** : Seules les réponses faisant référence d'une quelconque manière à l'absence d'une source fiable ou à la possibilité d'une manipulation éventuelle de la photo sont considérées comme correctes. Les réponses négatives mal motivées ne sont pas correctes.

L'enseignant-e compile les réponses des élèves et compare les résultats avec ceux des autres échantillons testés, en Suisse comme aux Etats-Unis (voir annexe 2).

Inviter les élèves / étudiants à expliquer leurs stratégies pour ne pas se faire piéger par des images ou des informations. Comment est-il possible de se prémunir ? A quoi faut-il être attentif ? On insistera sur la nécessité de repérer la source et d'évaluer sa qualité.

#### Proposition 1

Une affaire de vieux ?

Inviter les élèves / étudiants à commenter la déclaration de l'humoriste Thomas Wiesel (photo) lors de la manifestation de soutien aux journalistes de *L'Hebdo* et du *Temps* (à 4 min 55 dans le film. Transcription fournie en annexe 3).



Questions possibles pour le débat : l'information est-elle réellement une affaire de vieux ? Quelles raisons ont les jeunes de ne pas s'intéresser à l'information ? Quels sont les risques pointés par Thomas Wiesel ? Qui partage ses craintes ? Qui pense, comme un jeune entendu dans le film, que le risque pour la démocratie est "exagéré" ?

#### Proposition 2

A quoi servent les médias ?

A partir des citations tirées du film, les élèves / étudiants sont invités à cocher les éléments qui contribuent, à leurs yeux, à apporter une valeur ajoutée (annexe 4).

Combien d'élèves ont coché au moins cinq fois "D'accord" ?



### Proposition 3

Définir ses besoins en matière de médias.

Les élèves / étudiants sont invités à cocher les éléments qui ont à leurs yeux la plus grande importance (annexe 5).

En fonction des réponses apportées, chacun s'essaie à répondre à la question suivante : quel est le média romand qui correspond le mieux à mes besoins ? Tour d'horizon dans la classe.

**Et s'il fallait inventer un média romand, idéalement en phase avec les attentes et les besoins des jeunes ?**

Tenter de dresser en commun son portrait-robot : quel support ? quels contenus ? quelle fréquence de diffusion ? quelle équipe et quels profils ? quelles ressources financières ?

On insistera sur ce dernier point à la lumière des informations apportées par le film. Demander aux élèves d'énumérer les facteurs économiques qui fragilisent la presse romande.

Réponses :

Le papier n'a plus la cote, mais c'est toujours lui qui permet aux journaux de gagner 9 francs sur 10 !

En 20 ans, la presse écrite en Suisse a perdu 1 milliard de francs de recettes publicitaires. La publicité a migré vers les géants du Web (Google, Facebook...).

Les plateformes rentables (immobilier, petites annonces auto et emploi) ne servent plus à financer le travail journalistique.

*"Les éditeurs ont commis l'erreur historique de donner gratuitement sur Internet des contenus qui ont un prix". (Alain Jeannet).*

### Proposition 4

Combien gagnent les journalistes en Suisse ?

Demander aux élèves s'ils connaissent le salaire d'un journaliste débutant ou d'un journaliste avec 20 ans d'expérience. Leur proposer d'effectuer une recherche à ce sujet et de livrer leurs résultats en citant leur source.

Les barèmes figurent sur le site d'Impressum.

<https://www.impressum.ch/fr/mes-droits-cct/baremes/>

Certains éditeurs ou certains médias envisagent de payer leurs journalistes au clic : ceux qui publient les articles les plus cliqués seraient les mieux payés (ou obtiendraient un bonus). Est-ce une bonne idée ?

Réfléchir aux conséquences d'une telle mesure. Qui est véritablement gagnant s'il y a beaucoup de clics ? (*l'annonceur !...*) Quels sujets n'apparaîtraient jamais dans les médias si une telle mesure se généralisait ?

---

## Pour aller plus loin

"L'ère de la désinformation". Hors-série du magazine *Courrier international* (octobre-décembre 2017). Avec notamment un tutoriel de l'internaute averti ("Sur le Web, face à une information surprenante, choquante, démente, quels sont les bons réflexes ?")

"Information et désinformation" : dossier multimédia sur le site RTSdécouverte <http://www.rts.ch/decouverte/monde-et-societe/economie-et-politique/information-et-desinformation/>

"Les théories du complot" : dossier multimédia sur le site RTSdécouverte <http://www.rts.ch/decouverte/monde-et-societe/monde/les-theories-du-complot/>

*Désinformation sur le Net* : module de formation en ligne du réseau Canopé [https://fsarto.canoprof.fr/eleve/desinformation/desinformation\\_eleve/ind ex.xhtml#DQzGDotSIQjz79V00zQTSg](https://fsarto.canoprof.fr/eleve/desinformation/desinformation_eleve/ind ex.xhtml#DQzGDotSIQjz79V00zQTSg)

"L'incapacité à évaluer la crédibilité d'une information, menace pour la démocratie ?" (article paru le 28 mars 2017 sur le blog *Education aux médias et à l'information*).  
<http://educationauxmedias.ch/incapacite-a-evaluer-la-credibilite-information-menace-pour-la-democratie/>

"L'Hebdo, la fin de l'aventure" : article du journal *Le Temps*, du 23 janvier 2017 <https://www.letemps.ch/economie/2017/01/23/hebdo-fin-laventure>

---

Christian Georges, collaborateur scientifique CIIP, janvier 2018

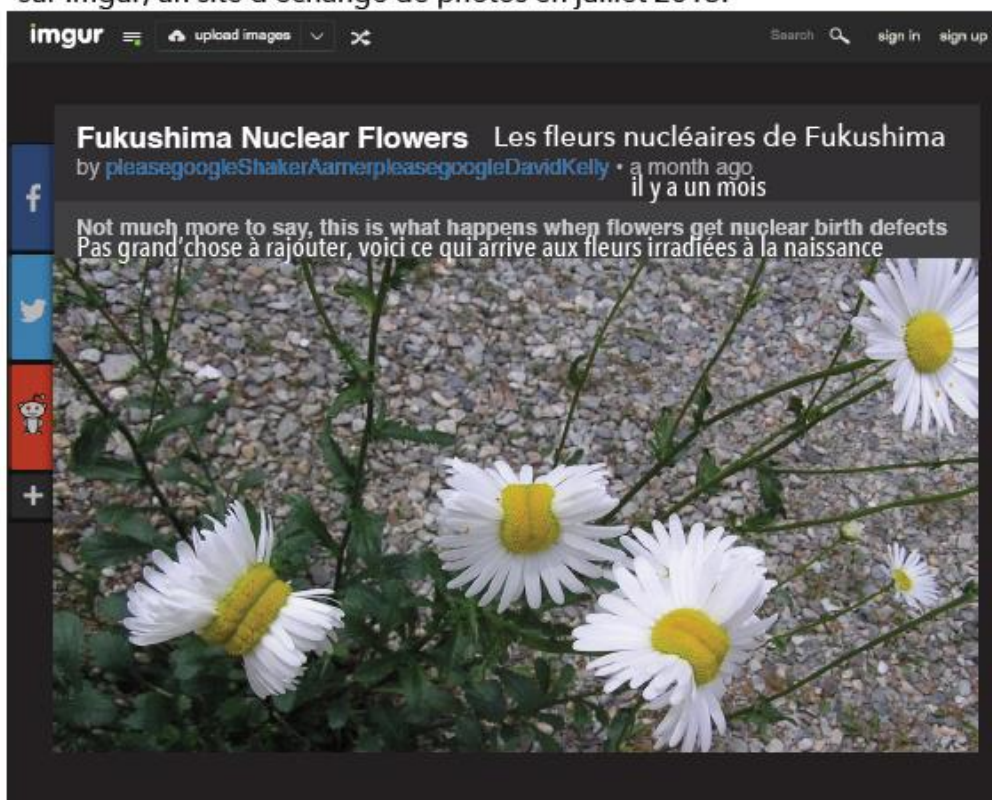


## Annexe – Fiche élève no 1

Vous recevez ce message sur votre réseau. Quelle est votre réaction ?



Le 11 mars 2011, une immense catastrophe nucléaire s'est produite dans la centrale nucléaire de Fukushima Daichi. Cette image a été postée sur Imgur, un site d'échange de photos en juillet 2015.



Est-ce que cela constitue avec une grande probabilité une preuve des conditions qui règnent aux abords de la centrale de Fukushima Daichi ? Expliquez vos raisons.

Est-ce que les effets de la radioactivité aux abords de la centrale de Fukushima sont bien ceux présentés dans ce message ?

Quelles sont les raisons pour lesquelles vous estimez que ce document est une preuve (ou ne l'est pas) ?

# TEST DES FLEURS DE FUKUSHIMA

**La photo représente-t-elle une preuve des effets de la radioactivité aux abords de la centrale de Fukushima ?**

Il le 11 mars 2011, une frénésie contre plusieurs centrales nucléaires dans la centrale nucléaire de Fukushima Daiichi, un séisme à été perçue sur l'île, un séisme d'échelle de Richter, juillet 2011.



C'est ce que cela illustre avec une grande probabilité une preuve des mutations qui résultent aux abords de la centrale de Fukushima Daiichi ? C'est que vous allez.

Seules les réponses faisant référence d'une quelconque manière à l'absence d'une source fiable ou à la possibilité d'une manipulation éventuelle de la photo sont considérées comme correctes. Les réponses négatives mal motivées ne sont pas correctes.

## RÉSULTATS DU TEST VAUDOIS

Groupe	Âge	Nombre	Rép. correctes	Pourcentage %
Bergières	14-18	7	0	0%
Villeneuve	12-18	8	1	13%
<b>Total hors cadre scolaire</b>	12-18	15	1	<b>7%</b>
Collège Bercher	14-16	26	12	46%
Collège A-Reymond Pully 10ème	13-15	21	10	48%
Collège A-Reymond Pully RAC	15-17	18	4	22%
Collège A-Reymond Pully DES	13-17	9	1	11%
Collège A-Reymond Pully 9P	12-13	22	9	41%
Collège A-Reymond Pully 10ème	13-15	20	8	40%
Collège A-Reymond Pully 9ème	12-13	23	12	52%
<b>Total cadre scolaire</b>	12-17	139	56	<b>40%</b>
<b>Test Stanford (USA)</b>	14-15	170	33	<b>19%</b>

Le «test de Fukushima» à partir d'un des tests de l'Etude du STANFORD HISTORY EDUCATION GROUP en 2016 a été réalisé en dehors du cadre académique de mars à juin 2017 au cours du tournage du film documentaire «Le Printemps du journalisme», de Frédéric Gonseth, (cinéaste ayant obtenu un master en sociologie). Les élèves qui suivent des cours de médias ont des résultats nettement supérieurs aux résultats américains (40% contre 19%). Par contre, les jeunes Vaudois hors cadre scolaire ont des résultats nettement inférieurs (7% contre 19%).

### Annexe 3 – Citation

*"Ce qui m'inquiète le plus, c'est que la presse soit une affaire de vieux, que l'information soit une affaire de vieux.*

*Autour de moi, personne n'achète la presse. Autour de moi, personne ne dépense de l'argent pour avoir de l'information.*

*Si on ne paie plus pour notre information, il y aura un autre prix à payer.*

*Je pense que ce sera la qualité du débat démocratique, ce sera la diversité des idées. Ce sera pas mal des valeurs qui font la quiétude et la beauté de notre coin de pays".*

**(Thomas Wiesel**, humoriste, lors de la manifestation de soutien aux journalistes de *L'Hebdo* et du *Temps*, dans le film documentaire *Le Printemps du journalisme*)



## Annexe 4 – A quoi servent les médias ?

Que penses-tu des définitions de la colonne de gauche ? Mets des croix !

Selon moi, les médias...	D'accord !	Pas d'accord !
...nous aident à comprendre ce qui se passe dans notre région, notre pays, notre monde		
...entament et provoquent une conversation avec la population d'une région		
...stimulent notre curiosité		
...renforcent notre esprit critique		
...contribuent à faire connaître des idées et à alimenter le débat démocratique		
...donnent la parole aux personnes qui en savent le plus pour nous aider à mieux interpréter les faits et la réalité		
...nous aident à mieux décider en connaissance de cause ce qu'il faut acheter, voter		
...nous font gagner du temps en effectuant des recherches qu'on ne pourrait pas faire nous-mêmes		
...nous aident à distinguer le vrai du faux		
...garantissent que tout n'est pas permis dans un Etat de droit. Ils alertent le public s'il y a des abus		

## Annexe 5 – Mes besoins en matière de médias

Que penses-tu des définitions de la colonne de gauche ? Mets des croix !

Pour moi, ce qui compte, c'est que...	D'accord	Pas d'accord
...l'information soit rapide, vite résumée et pas chère		
...l'information soit gratuite		
...j'aie confiance dans le média qui m'apporte des informations		
...je sente que le média que je consulte est indépendant		
...le média que je préfère soit toujours en phase avec mes idées		
...je ne perde pas de temps avec des informations futiles		
...je me sente plus intelligent-e après avoir consulté un média		
...je prenne conscience de choses ou d'idées dont j'ignorais l'existence		
...les commentaires m'aident à mieux juger		
...les médias m'aident à m'évader de la réalité quotidienne		
...les médias donnent davantage la parole aux gens qui ne l'ont jamais		
...et encore que...		