

TÉLÉVISIONS

« L'Autre JT », du vrai et du « bidon »

« L'info sérieusement agitée ». Voilà qui donne le ton de ce nouveau magazine proposé par France 4

FRANCE 4

JEUDI 6 - 23 H 15
MAGAZINE

Avec « L'Autre JT », un programme « *fougueux, drôle, radical et indigné* » – selon les mots de Boris Razon, directeur éditorial, et d'Arnaud Muller, le présentateur de l'émission –, France 4 entend s'adresser aux jeunes adultes que la grand-messe du « 20 heures » ou les chaînes en continu n'intéressent pas.

L'information sous toutes ses formes ne manque pourtant pas sur les chaînes du service public. Seule France 4 en était encore exemptée. « Le Point quotidien », court magazine d'information de treize minutes lancé il y a deux semaines en partenariat avec Vice Média France, est emblématique d'un certain renouveau.

Innovation et différenciation de l'offre sont les maîtres mots du repositionnement de la chaîne. Avec « L'Autre JT », son premier magazine d'information, France 4 souhaite accrocher un public en pleine « *défiance vis-à-vis des médias traditionnels, pour qui la télévision n'est plus centrale* », selon Boris Razon.

Formé par l'agence Capa puis reporter au « Vrai Journal » (Canal+), Arnaud Muller a également collaboré avec les magazines « 7 à 8 » (TF1), « Envoyé spécial » (France 2) ou « Global Mag » (Arte).

Pour le jeune public

Lui et sa bande de jeunes « *gonzo reporters* », comme il les définit,

vont présenter des reportages de fond, du « *fact checking* » (vérification d'information), des dé-

tournements, des « *hoax news* » (infos-mensonges), ou même des pastilles humoristiques, le tout agrémenté de vidéo inédites, piochées sur le Web ou proposées par le réseau.

Au menu de ce premier numéro, des séquences récurrentes comme le « Buzzer de l'actu », mais aussi un reportage dans la peau d'une hôtesse du Mondial de l'automobile, une interview à la volée de Gérard Longuet ou encore un portrait décalé du « docteur Folamour de Google », le génial mais inquiétant futurologue du géant de l'Internet. Drôles et informatives, ces séquences toucheront et intéresseront à coup sûr le jeune public visé. Encore faudra-t-il qu'il reste une heure durant devant son écran.

Si l'on peut s'interroger sur la pertinence de mêler aussi étroitement informations avérées et sujets bidonnés, Boris Razon, lui, ne se montre pas inquiet, faisant entièrement confiance à cette nouvelle génération de téléspectateurs, habitués à décoder le faux du vrai. ■

OLIVIER DUMONS