

EXPLIQUER L'INFO: UN MÉTIER D'AVENIR?

LE 3 DÉCEMBRE 2010 **BENOIT RAPHAËL**

Les nouveaux termes apparaissent presque plus vite que les usages. Alors que les "curators" commencent à se faire connaître voici les "explainers". Littéralement ceux qui expliquent l'information, la contextualise, la rende lisible.

"Explainer", un nouveau mot pour un métier d'avenir du journalisme. L'école de journaliste de New York University (NYU) et le site d'investigations Pro-Publica ont signé un partenariat en ce sens. Le projet, **explainer.net**, a pour objectif de **traiter l'information par le contexte plutôt que par le flux**.

À côté du nouveau métier de "curator" qui consiste à trier, vérifier et mettre en scène l'info disponible online (qui a fait l'objet de nombreux posts sur ce blog), celui d'"explainer" revient à expliquer l'information et la rendre la plus intelligible pour le plus grand nombre. L'idée, me direz vous, est vieille comme le journalisme, mais :

- 1/ qui se concentre vraiment sur cette mission aujourd'hui dans les médias ?
- 2/ l'environnement dans lequel évolue l'info aujourd'hui rend ce métier de plus en plus indispensable aux utilisateurs.

"Consommer l'info aujourd'hui", explique Jay Rosen (NUY), "c'est un peu comme recevoir des mises à jour de logiciels que vous n'avez pas installés sur votre ordinateur". Internet privilégie beaucoup le flux, le live, à la Twitter, la mise à jour en continu, mais peine encore à délivrer du contexte, les éléments de base qui permettent de comprendre une information. Surtout quand cette dernière est complexe. *"On a toujours l'impression d'entrer dans une info au milieu ou à la fin"*, rapporte le producteur Alex Blumberg. Tout le monde rencontre ce problème. Il y a donc une demande. Mais très peu d'offre.



Expérimenter de nouvelles méthodes

Cela passe par la façon de structurer l'info sur son média (en n'hésitant pas à faire des liens vers la concurrence), mais c'est aussi l'exploitation d'outils éditoriaux ou technologiques (**explainer.net en comptabilise 8**), ainsi que de techniques pédagogiques poussées. **Parce que l'information qui compte est bien souvent complexe**. Y pénétrer demande du temps, ou des capacités d'analyse et de recherche que tout le monde n'a pas. Un vrai challenge. **Et le partenariat avec ProPublica**, dont les enquêtes sont souvent très complexes, mais extrêmement utiles, n'est pas innocent. Pro-Publica a d'ailleurs déjà mené

quelques expérimentations dans ce domaine, en utilisant **la bande-dessinée** et même **la musique** !

Jay Rosen **cite également le travail de la radio publique (NPR)**, utilisant des **podcasts pour expliquer la crise**.

Les étudiants vont explorer toutes les facettes des techniques pédagogiques, de la série "pour les nuls" à la méthode d'apprentissage de langues "Rosetta Stone", en passant par l'infographie (**comme celle-ci**).

Je travaille actuellement pour un média sur un modèle d'infographie "en une image" (**quelques exemples ici de ce format très en vogue sur le Net**) qui permette d'expliquer une problématique géostratégique complexe et pas très rigolote avec un minimum de mots, d'images et de temps de lecture, dans un format viral. Car la clef n'est pas seulement de mieux expliquer, c'est aussi d'affronter le problème du temps consacré l'info online, très court. Il faut travailler sur des modèles ludiques, courts (ou par étapes, avec des mécaniques de teasing dans le jeu vidéo).

Un véritable art.

—

Crédits photos cc FlickrR : **Oberazzi, x-ray delta one**

Article initialement publié sur **La Social Newsroom**.

MATIU

le 3 décembre 2010 - 9:42 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Effectivement, une idée vieille comme le journalisme. C'est même le signe du néant absolue dans lequel est tombé cette profession. Etre obligée d'inventer un nouveau mot et même un nouveau métier, pour essayer de se rappeler à quoi on servait à l'origine. Le journalisme renaîtra-t-il un jour? Faudra-t-il attendre un miracle, comme celui qui verrait des hommes et femmes politiques redécouvrir qu'à l'origine, ils se faisaient élire pour défendre les gens qui votent pour eux, et non pour se construire une carrière

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

GAËL

le 3 décembre 2010 - 11:06 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Enfin pour revenir aux bases du journalisme, il faut utiliser des mots anglais (ça fait moderne) et surtout vu les exemples que j'ai en tête, travailler dans un cadre indépendant des pressions publicitaires et politique. En France quelques exemples: XXI, Z, Article IX. Seul le premier magazine a la possibilité de payer les journalistes qui collaborent avec XXI. Sur internet il y a Arret Sur Image et Mediapart et puis OWNI. Votre site ayant trouvé un cadre proche de la perfection. Dès que les journalistes se retrouvent dans un cadre ou la publicité maintient en vie sous perfusion un journal (Le Monde ou Libération par exemple) ils se retrouvent bon grés malgré à être des machines à faire l'info, à être dans la recherche de l'audimat, écrire les mêmes articles que la concurrence, réduire les articles pour faire la place aux pages de pub. La direction de ces journaux sont dans la connivence avec le pouvoir politique (qui participe à financer ces journaux) et financier. Les marges pour les journalistes pour faire vraiment leur boulot sont trop étroite dans la presse mainstream, tellement étroite qu'entre Libération et 20 minute je ne vois plus trop de différence. Si 20 minute est gratuit, la propagande que ce journal délivre en est plus efficace...

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

STEPHAN

le 3 décembre 2010 - 11:27 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Billet très intéressant, mais qui ne fait que confirmer l'évident potentiel du Net identifié depuis des années...

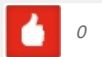
Ancien red chef du site d'un grand quotidien français entre 99 et 2002, j'incitais vivement les journalistes de la rédaction on-line et nos graphistes à travailler ensemble pour produire des infographies, animées ou pas. Où il s'agissait effectivement

d'expliquer pour mieux comprendre, de façon ludique et (inter)active. Et ça plaisait ! Aussi bien aux journalistes qui travaillaient sur ces projets qu'aux lecteurs du site.

Le fait que l'on parle beaucoup aujourd'hui de l'explication de l'info n'est pas dû à l'effet nouveauté. Il s'explique aussi à mon sens par le fait que les mentalités ont évolué, que les technologies ont gagné en puissance, en souplesse, en convivialité. Et aussi, par le fait que ceux qui ont les cordons de la bourse ont probablement enfin identifié le potentiel de séduction de ces "nouvelles" formes de traitement de l'info à l'égard des nouvelles générations de lecteurs.

Car, malheureusement, tout est une question de maturité du marché et de retour sur investissement. Il ne s'agit pas seulement d'avoir une bonne idée, mais encore faut-il que l'environnement soit porteur et rémunérateur. Cette réflexion me renvoie toujours à l'usine Canal Web de Jacques Rosselin qui a probablement été lancée trop tôt quand on voit l'engouement pour la vidéo et les Web Tv aujourd'hui...

VOUS AIMEZ



VOUS N'AIMEZ PAS



LUI RÉPONDRE

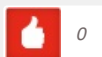
JSLEFEBVRE

le 6 décembre 2010 - 14:08 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Tout cela n'est qu'un retour aux bases du journalisme que beaucoup ont oublié sous couverts de faux prétextes. Il n'y a rien de révolutionnaire là dedans.

VOUS AIMEZ



VOUS N'AIMEZ PAS



LUI RÉPONDRE

2 pings

Quelle est ma profession? « Clok Around The Rock le 12 décembre 2010 - 9:17

[...] aujourd'hui, je me découvre via ce billet de Benoît Raphaël (Social NewsRoom), paru chez Owni, expliquer. Contextualiser l'info et la rendre plus compréhensible, c'est encore et [...]

Sélection de liens : Veille et songwriting | Clumsybaby, blog musical le 19 décembre 2010 - 17:13

[...] explique le contexte des informations, rend l'information intelligible pour le grand public. Expliquer l'info : un métier d'avenir ? [...]