

PRISE DE POUVOIR DE L'AUDIENCE : 10 CONSEILS DU PROF. ROSEN POUR EN PROFITER

LE 2 SEPTEMBRE 2010 ERIC SCHERER

Jay Rosen, professeur de journalisme à la New York University et l'un des gourous américains du journalisme web, donne ses conseils aux jeunes journalistes pour enrichir leur métier en utilisant les possibilités du web.

Rentrée des classes, et salle comble ce matin à l'**École de Journalisme de SciencesPo à Paris** où Jay Rosen, professeur de journalisme à la New York University et l'un des gourous américains du journalisme web, est venu donner la leçon inaugurale en montrant que démocratisation de la prise de parole et transfert de pouvoir des médias vers l'audience, loin de signifier « tous journalistes », favorisait des formes plus riches d'exercice du métier.

Voici ses 10 conseils donnés aux étudiants de 1^{ère} année :

1 – TRANSFORMEZ VOS LECTEURS, AUDITEURS, TÉLÉSPECTATEURS EN USAGERS.

Faites en sorte que le public utilise votre travail, les informations, analyses, images, sons etc. que vous produisez. Et surtout évitez de travailler pour vous adresser aux autres journalistes !

2 – N'OUBLIEZ JAMAIS QUE LE PUBLIC EN SAIT PLUS QUE VOUS.

Non seulement, dans son ensemble, il en sait bien plus que vous, mais il peut aussi s'adresser à vous et vous aider. Le New York Times l'a bien compris qui puise désormais dans les compétences de ses millions de lecteurs internautes. Un rubricard doit suivre 1.000 comptes Twitter sur son secteur pour s'aider dans sa couverture !

3 – HABITUEZ-VOUS À LA MUTUALISATION DU JOURNALISME.

Traitez votre audience et le public en égaux. Entretenez une relation d'égalité et non de surplomb. Il y a davantage de photos publiées chaque jour sur Facebook que dans tous les journaux réunis.

4 – FACILITEZ LA TÂCHE À VOS USAGERS DANS LA RÉUTILISATION DE VOTRE PRODUCTION.

Ouvrez vos outils. Aidez les à participer. Nourrissez leur appétit d'informations.

5 – RAPPELEZ-VOUS QUE SI CHACUN EST EN MESURE DÉSORMAIS DE PRENDRE LA PAROLE, TOUT LE MONDE NE LE FERA PAS.

Ils seront même très rares ! Le ratio est bien connu dans le monde du web où 90% des internautes sont passifs, 10% participent et 1% produisent eux-mêmes. Les gens ne veulent

pas votre boulot ! Ils ne veulent pas devenir journaliste professionnel !

6- SACHEZ QUE LE JOURNALISTE NE VIT PAS DANS UN MONDE À PART. C'EST JUSTE UN CITOYEN UN PEU MIEUX INFORMÉ QUE LES AUTRES.

Ses compétences sont loin d'être sophistiquées et n'ont rien à voir avec celles d'un neurochirurgien ou d'un pilote de 747 !

7 – GARDEZ EN TÊTE QUE L'AUTORITÉ DU JOURNALISTE VIENT D'ABORD DU SERVICE QU'IL REND.

Celui de raconter le monde de manière originale : « je suis ici, vous n'y êtes pas, laissez-moi vous raconter et vous expliquer ce qui se passe ». Vous savez quelque chose que le public ne sait pas, vous avez un accès qu'il n'a pas, etc...

8 – MAINTENEZ UN SAVANT ÉQUILIBRE ENTRE CE QUE LE PUBLIC VEUT ET CE QU'IL NE SAIT PAS QU'IL VEUT.

Répondez à ce qui l'intéresse, mais trouvez aussi les informations qu'il ne sait pas encore qu'elles vont l'intéresser.

9 – NE SUR-JOUEZ PAS L'OBJECTIVITÉ, MAIS DÉVOILEZ VOS MOTIVATIONS ET VOTRE POINT DE VUE.

Évitez la posture du journaliste objectif pour chercher le respect. Elle ne convainc plus personne aujourd'hui ! Faites preuve de transparence dans votre travail et les gens vous feront confiance.

10 – AIDEZ LES COMMUNAUTÉS D'INTÉRÊT À PARTAGER ET À S'EXPRIMER.

Les gens qui partagent une passion ou des centres d'intérêt ne sont plus isolés : ils peuvent désormais se parler, partager des informations et les publier. Vous pouvez les aider à créer des services d'informations. Et apprendre ainsi à créer de nouveaux revenus.

J'en ai profité pour lui demander les 3 sites américains incontournables pour tout étudiant en journalisme aujourd'hui :

Gawker pour ses incessantes innovations

TalkingPointsMemo pour ses informations

Le New York Times pour ses infographies animées

Enfin, Jay Rosen nous a dit réfléchir actuellement à un système de fourniture d'informations qui seraient délivrées en fonction du niveau de connaissance de l'internaute, comme il y a des niveaux différents dans les jeux vidéo.

Il est l'auteur du site **PressThink** et fondateur du site de journalisme amateur

NewAssignment.net. Il a aussi lancé, en 2007-2008, avec Arianna Huffington, du Huffington Post, le projet en ligne **Off the Bus**. Et, en 2009, le **programme d'innovation Studio 20**, à New York University. (Source SciencesPo)

(Full disclosure : je prépare pour 2011 un cours pour cette école de journalisme)

Introduction de l'intervention de Jay Rosen en vidéo :

Voir la suite des vidéos sur la page **Dailymotion de l'école de journalisme de Science Po**

Illustration Flickr CC : **Joi Ito**

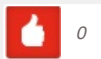
KELLE RAO

le 31 mars 2012 - 21:53 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



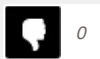
I've been exploring for a little bit for any high-quality articles or blog posts on this kind of area . Exploring in Yahoo I at last stumbled upon this site. Reading this information So i am happy to convey that I've a very good uncanny feeling I discovered exactly what I needed. I most certainly will make sure to do not forget this web site and give it a look on a constant basis.

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

2 pings

L'information sur le web doit-elle se fier aux chiffres? » Article » OWNi, Digital Journalism le 16 septembre 2010 - 8:46

[...] Lire aussi Prise de pouvoir de l'audience : 10 conseils du prof. Rosen pour en profiter [...]

[Tweets] Science, data, avenir : 1001 liens sur le journalisme | Quand les singes prennent le thé le 3 novembre 2011 - 20:15

[...] Prise de pouvoir de l'audience : 10 conseils du prof. Rosen pour en profiter (Owni, 2 septembre 2010) [en] Think like a journalist (NewsTrust) MadeinPress, le moteur de recherché de la presse française Ressources sur les médias et la presse sur Curiosphère.tv Liste Twitter « Médias » du journaliste Sébastien Bailly [ebook] « L'enquête par hypothèse – Manuel du journaliste d'investigation, Mark Lee Hunter Journalistes, sept manières de protéger vos sources (Rue89, 7 novembre 2010) Centre de recherche d'information (Zefab) Cartographie des métiers de la presse (Observatoire des métiers de la presse) [...]