

JOURNALISTES: HACKEZ POUR SURVIVRE!

LE 7 JUIN 2011 MARC MENTRÉ

Hackear el periodismo. C'est le titre du dernier livre de Pablo Mancini, lui-même journaliste en Argentine. L'auteur juge inévitable l'intégration des hackers dans les rédactions ou, mieux encore, l'arrivée de journalistes-hackers.

Hackear el periodismo, de l'argentin **Pablo Mancini**, est un livre essentiel, car il aborde de front — et sans ménagement — les questions auxquelles sont confrontées les médias et les journalistes aujourd'hui : comment créer de la valeur ? Qu'est ce que le journalisme de qualité ? Quels doivent être les modes d'organisation des rédactions ? Etc. Son analyse et les propositions de ce *Manuel de laboratoire* (le sous-titre du livre), souvent non-orthodoxes, encouragent à sortir des sentiers battus.

Pablo Mancini est journaliste jusqu'au bout des ongles. Passionné par l'évolution de son métier, il en est un acteur, aux postes de responsabilité qu'il a occupés dans le groupe de presse péruvien **El comercio**, ou aujourd'hui au sein du géant argentin **Clarín**. *Hackear el periodismo* [*Hacker le journalisme*]¹, qu'il vient de publier, n'est donc pas l'ouvrage d'un utopiste, mais celui du responsable numérique d'importants sites d'information, profondément impliqué dans leur développement. Cela donne une résonance particulièrement forte à ses propos.

Mais d'abord une définition. Que sont ces *hackers*, dont il sera question tout au long de ce livre ? Quelle est leur philosophie ? Pablo Mancini reprend les propositions du finlandais **Pekka Himanen**, auteur de *L'Éthique Hacker et l'Esprit de l'ère de l'information*² :



Passion, liberté, conscience sociale, vérité, lutte contre la corruption, lutte contre l'aliénation de l'homme, égalité sociale, accès gratuit à l'information (liberté de savoir), valeur sociale (reconnaissance entre pairs), accessibilité, activité, soucis de responsabilité, curiosité, créativité.



Autant de valeurs dont les journalistes sont très proches, et dans lesquelles ils peuvent se reconnaître, et qui devraient donc permettre l'intégration des *hackers* au sein des rédactions, à moins que ce ne soient les journalistes eux-mêmes qui se transforment en *hackers*. En tout cas, soit l'esprit du *hacking*, proche de celui du **logiciel libre**, avec tout ce que cela sous-entend en termes de liberté, d'esprit d'innovation et d'initiatives ou encore de modèle économique différent, pénètre les rédactions, soit ce sont les rédactions elles-mêmes qui devront se convertir à la culture du **hacking**. Quelle que soit la voie choisie, la mutation est obligatoire. Il en va de la survie du journalisme, car prévient Pablo Mancini, si "*le public a besoin d'informations fiables*", il n'est nul part écrit que "*les médias traditionnels et les journalistes soient nécessaires*".

La proposition centrale du livre est articulée autour de quatre concepts clés — temps, audience, valeur, organisation —, liés entre eux. Ce sont autant de questions que doivent affronter les rédactions et les groupes de presse dans cette période "*ou l'ancien et le nouveau, ainsi que le changement coexistent*".

Le temps pulvérisé

Auparavant, les médias étaient maître du temps. Ils fixaient la temporalité, *prime time* pour la télévision, moment de la parution pour un quotidien du matin. Ce dernier fixait « l'agenda » des informations pour la journée, d'autant qu'il était lu avant l'arrivée au travail. À l'ère du *zapping* et d'Internet, cet ensemble d'habitudes et de coutumes — qui concernaient les journalistes comme leur public — s'est évaporé. Le temps, cette notion clé pour les médias, est pulvérisé.

En dépit de cela, rien n'a fondamentalement changé: *“Notre production éditoriale est toujours conçue (...) pour des paramètres constants et non pour des flux sociaux discontinus.”* Il voit dans cette juxtaposition entre des supports appartenant au futur (le mobile, les tablettes, etc.) et des formes narratives relevant du passé, **un cocktail explosif**.



Cette question du temps renvoie à celle de la qualité de l'information. Passe-t-elle par le temps — long — de l'enquête? Par la longueur de l'article? Pablo Mancini est loin d'en être certain :

“

Le moindre journaliste qui édite un site online sait que les articles les plus longs sont les moins lus et les moins commentés. Ce sont aussi les moins partagées par mail ou sur les réseaux sociaux. La longueur n'est pas synonyme de profondeur et de valeur. Une réflexion approfondie n'est plus nécessairement synonyme de contenu de qualité. La concision est le paradigme de la valeur perçue par le public

”

Et d'asséner : *“Un article de 3.500 signes du New York Times a moins de valeur que son résumé. On a la même information, mais on l'obtient plus rapidement”*.

Le public détient le pouvoir

Sur ce point, tout tient en une affirmation : *“C'est le public [la audiencia] qui détient le pouvoir”*. Pablo Mancini détaille : *“Le phénomène le plus important en ce qui concerne le public tient à l'amateurisation massive de la production de contenu et à la circulation potentiellement illimitée [que le public permet]”* ; en ce sens, *“le public est le nouveau circuit de distribution”*.

À ce propos, Pablo Mancini raconte une anecdote qui le marqua. Participant en 2010 au Mexique, à un séminaire de journalistes *online*, il fut frappé par une affirmation de l'un des animateurs de la session, Jean-François Fogel:

“

L'algorithme est une résonance du public.

”

Cela signifie d'une part que *“pour tous —journalistes, médias et public— la médiation passe par un logiciel [P. Mancini utilise toujours le terme software]”,* et d'autre part que *“nous sommes devenus consanguins avec les algorithmes”*. Une telle intrication a de lourdes

conséquences:

Il faut cesser, *online*, de reproduire le rubricage classique des médias — politique, économie, société, etc... — ces repères étant inopérant pour des internautes qui, pour 20 à 50% d'entre eux, arrivent sur un site via un moteur de recherche ou via les réseaux sociaux. Ils sont donc "déconnectés" du site, qu'ils ne cherchent pas particulièrement. Ils sont en quête d'une information. "Dans ce sens, explique-t-il, Facebook et Twitter sont les pédagogues du nouveau journalisme. Dans la version online des médias traditionnels, le public ne peut que regarder ce qu'écrivent les journalistes et le commenter publiquement, mais ce que les journalistes écrivent est toujours modéré par l'élite."

La fin annoncée de l'**Agenda setting** [en] construit par les journalistes et les médias. En effet, "le public veut interagir avec le public et non avec un groupe de journalistes-notables" ; Il faut savoir construire sa différence, car "sans différence il n'y a pas de visibilité [sur le web] et sans visibilité, il est impossible d'avoir un public".

Ce qui ne peut pas être manipulé n'a pas de valeur

L'équation est connue: en raison de sa surabondance, l'information n'a plus de valeur. Les médias se trouvent aujourd'hui, explique Pablo Mancini, un peu dans la même situation que les compagnies aériennes, si d'un coup, la télétransportation se généralisait. Les billets d'avion ne trouveraient plus preneurs!

Autant dire que recréer de la valeur tient de la gageure, et ce d'autant plus que "dans de nombreux cas, l'offre [des sites] est tellement insipide que le public ne s'y intéresse pas et prend connaissance des événements sur Facebook et d'autres moyens de consommation des médias":

“

Dans ce secteur [les médias], la crise ne conduit pas au changement. Au contraire, elle est une bonne raison de devenir plus conservateur et de jouer « la sécurité », alors qu'il n'y a plus de sécurité.

”

Le processus de rénovation passe, explique-t-il, par la création de laboratoires de recherche et développement au sein des rédactions comme l'ont déjà fait le **Los Angeles Times**, la **BBC** et le *New York Times* qui ont ouvert leurs API au public, le *Guardian* [avec en particulier les journées **SXSW**, qu'il organise], les sud-africains **Mail&Guardian Online** et *News24.com* [avec son 20foursLabs spécialisé dans le développement d'applications mobiles, mais qui a perdu en 2010 son créateur et animateur **Matthew Buckland**] et **News Australia**. Mais cela ne suffit pas, insiste-t-il, c'est un changement culturel qui est nécessaire, car aujourd'hui :

“

Sans hackers, il n'y a pas de journalisme.

”



Il faut également changer de perspective, en particulier pour ce qui concerne la qualité. En premier lieu, parce qu'une *"bonne partie de l'offre actuelle des sites d'information pourrait être produite par des algorithmes."* Par exemple, si l'on regarde les cent derniers articles indexés par Google Actualités, la grande majorité a été fournie par des agences, et n'ont pas été (ou l'ont été marginalement) rédigés par la rédaction du site

Pour ceux qui estime que le salut peut venir d'un journalisme de qualité (enquêtes solides, articles bien écrits, etc.), Pablo Mancini n'est guère plus rassurant, car la notion de qualité ne saurait être restreinte au seul *"article"* ou *"contenu"*. Elle déborde et englobe aujourd'hui ce que l'on pourrait appeler *"l'expérience consommateur"*:



La question sur le contenu de qualité passe inévitablement par une discussion sur sa réplcation, sa valeur d'usage, la valeur d'échange de l'information ainsi que sur la position des médias vis-à-vis des nouvelles formes de consommation, d'expérience et de recyclage [des contenus]. (...) La qualité n'est pas nécessairement basée sur la production originale et n'est pas empêchée par la gratuité et la copie. Dans une économie basée sur la diffusion et la transformation, ce qui ne peut pas être manipulé n'a pas de valeur. »



Tout cela conduit à ce que Pablo Mancini appelle le *"journalisme Starbucks"*, inspiré par les principes qui ont fait le succès de la célèbre chaîne de distribution de café: l'attention aux détails même les plus minuscules, le souci de faire du client le cœur du système, l'importance de surprendre *"qui permet de sortir de la routine quotidienne"*, la capacité de *"résister"*, c'est-à-dire de savoir répondre à des demandes contradictoires sans énervement ou cynisme, et enfin le souci de *"laisser son empreinte"*, de faire en sorte que l'on se souvienne de vous.

L'organisation : la cathédrale et le bazar

Ici encore, il faut tout bouleverser, car explique Pablo Mancini, l'organisation des médias (journaux, radios, télévisions) pratiquement similaire à celle des années 1950 est *"lente, inefficace, immature, marécageuse, rigide, bureaucratique et démotivante"*. Pour mieux décrire ce qu'il faut faire, il oppose deux images:

Les « vieux médias » qui sont des cathédrales, certes prestigieuses, mais qui ne font que répéter et qui sont imperméables au contexte historique.

Les nouveaux médias, comme Wikipedia, la blogosphère, l'industrie du logiciel libre, construits sur le modèle souple du bazar, qui ne se cesse de se remodeler, de changer de mode opératoire.

Pour lui, très clairement, les médias doivent abandonner l'idée qu'ils sont producteurs de

contenu (“C’est une erreur”, écrit-il) et basculer dans l’univers du logiciel :



Tout, absolument tout ce que nous produisons passe par un logiciel. Tout ce que produit un journaliste et distribue un média passe par un logiciel. Tout ce que le public consomme, distribue et produit passe par un logiciel. Sans logiciel, il n’y a ni journalisme, ni média, ni public, ni qualité. Il n’y a pas non plus de commerce ni de publicité. Sans logiciel, il n’y a pas de relation avec le marché.



Il est d’autant plus important de basculer vers de nouvelles formes d’organisation, qu’il est impossible de construire de nouveaux produits avec des moyens de fabrication obsolètes.

Pour sortir de l’ornière, Pablo Mancini, propose de regarder quelques médias emblématiques de nouvelles forme d’organisations possibles comme Wikipedia, qualifié de “Napster du journalisme”, cet “éditeur mutant” qu’est le **Huffington Post** ou encore **Newser.com**, qui bénéficie tout à la fois de “coûts d’exploitation bas”, d’une “interface peu commune, simple et synthétique”, qui a aussi élaboré un algorithme efficace, etc.

Il avance aussi quelques pistes qui peuvent sembler iconoclastes :

Pour les rédactions, il propose de réfléchir à la culture qui s’est développée autour des jeux vidéos. Ceux-ci sont affaire de passion, ils obligent à se fixer des objectifs, permettent de collaborer avec des gens qui souvent sont des inconnus, et offrent un *feedback* permanent.

Pour les journalistes en mal d’innovation et de créativité, il propose comme modèle... Méliès, qui fut tout à la fois un homme-orchestre « *peignant ses propres décors, développant ses effets spéciaux, tout à la fois réalisateur, acteur et scénariste* », et un expérimentateur, puisqu’il inventa le trucage.

La formation des jeunes journalistes devrait se rapprocher de celles des DJs. Dans une “société en réseaux” où tout se brasse, où le consommateur devient producteur, où la lecture est aussi de l’écriture, etc., le “journalisme sampling” a sans doute sa place, tout comme la curation.

NOTES

Pablo Mancini tient aussi un blog **Amphibia**, complément indispensable à ce livre, et on peut le suivre sur Twitter sur **@mancini**

Article initialement publié sur Media Trend sous le titre “**Lecture : Hackear el periodismo, de Pablo Mancini**”

Photos Flickr CC par **Quasimondo**, par **Itkovian**, et par **Alexandre Dulaunoy**.

1. *Hackear el periodismo, Manual de laboratorio*, par Pablo Mancini, La Crujia Ediciones, Buenos Aires, 2011, 128 pages. [↗]

2. *L’Éthique Hacker et l’Esprit de l’ère de l’information*, par Pekka Haminen, introduction de Linus Torvalds, Exils, 2001. [↗]

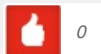
KITETO A

le 7 juin 2011 - 13:34 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Tiens... mélanger hack et journalisme... En voilà une drôle d’idée. En tout cas, en 2011, c’est novateur.
:)

VOUS AIMEZ



0

VOUS N’AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

DESBRIÈRES

le 7 juin 2011 - 14:03 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



C’est beau, quand les journalistes écrive bien, ça deviens de la poésie!
Merci

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

CECILE

le 7 juin 2011 - 15:10 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



très peu de temps que j'ai connaissance de vous et de votre page fb mais j'en suis ravie.

J'aime beaucoup votre approche et ça me permet de beaucoup mieux comprendre tout ce qui se joue et va se jouer sur cette toile, avec ce magnifique,diabolique,incroyable outils qu'est le net.

Continuez comme ça !!

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

GUEUGNEAU

le 7 juin 2011 - 17:12 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Bon livre en perspective mais de grâce, quand on parle de "la cathédrale et le bazar", on cite la référence : <http://www.linux-france.org/article/these/cathedrale-bazar/cathedrale-bazar.html>

C'est quand même un monument du logiciel libre !

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

MARCMENTRE

le 7 juin 2011 - 22:16 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



@gueugneau erreur de ma part, mais je ne pouvais citer toutes les sources de Pablo Mancini. Il indique dans la bibliographie de son livre "La cathédrale et le bazar" de Eric S. Raymond, mais dans sa version en langue anglaise, dont, du coup, je donne ici les références:

The Cathedral & the Bazar: Musings on Linux and Open Source by an Accidental Revolutionary. O'Reilly Media, 2001. (disponible à cette adresse : <http://oreilly.com/catalog/9780596001087>)

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

MARCMENTRE

le 7 juin 2011 - 22:24 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



@gueugneau erreur de ma part, mais je ne pouvais citer toutes les sources de Pablo Mancini. Il indique dans la bibliographie de son livre "La cathédrale et le bazar" de Eric S. Raymond, mais dans sa version en langue anglaise, dont, du coup, je donne ici les références:

The Cathedral & the Bazar: Musings on Linux and Open Source by an Accidental Revolutionary. O'Reilly Media, 2001. (disponible à cette adresse : <http://oreilly.com/catalog/9780596001087>)

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

ASJODEL

le 17 juin 2011 - 10:52 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Désolé, mais l'article est beaucoup trop long, je le lirais quand il comportera beaucoup moins de caractères.

:-)

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

BOB

le 4 août 2011 - 2:45 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*Cet article est un tissu de poncifs "capitalo-liberalo-Internet", une horreur...
J'ai arrêté ma lecture à "résister", c'est-à-dire de savoir répondre à des demandes contradictoires sans énervement ou cynisme.
Les bras m'en tombent.
Un article par et pour les "larbins geeks"*

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

NARSCIMONEL

le 6 août 2011 - 18:54 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



@Bob

*Je suis plutôt d'accord avec ce monsieur. D'habitude, j'aime beaucoup Owni, là je trouve qu'on part dans une logique ultra marketing et ultra capitaliste.
Pablo Mancini établit un constat qui est peut être le bon, mais ce constat est terrifiant et me semble amener à encore plus de créinerie pour les gens.*

Un des points qui m'a le plus choqué c'est cette idée de réduire les articles au minimum syndical. Quelle bonne idée, plus aucune investigation, un contenu de moins bonne qualité pour une info dénuée de la moindre analyse, du moindre recul. Sans prendre les gens pour des crétiens, combien de personnes ont le temps et l'envie d'aller recouper l'information ?

Je fais partie de la génération Internet mais j'ai parfois l'impression d'être l'un des rares à aimer l'écrit, les longs papiers, les analyses fournies, les enquêtes complètes. Au contraire de ce qui est affirmé ici, le bon journalisme demande du temps.

D'ailleurs à propos de la concision, Wikipédia est plutôt loin d'être concis, vu la longueur de certains articles.

Et puis quelle excellente idée, placer Wikipédia et les blogs sur le même tableau que Le Monde, le New York Times !

Je suis plutôt choqué que quelqu'un, surtout un "journaliste" qui écrit un bouquin en plus, puisse lancer des affirmations qui sont à contre courant de son métier, et de sa propre activité.

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

SICK!

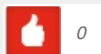
le 6 août 2011 - 19:10 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Premier article d'owni qui me déçoit énormément, aucune critique de Mancini dans l'article.

Marc Mentré, alloooooooooo ?

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

GÉDÉON

le 7 août 2011 - 10:23 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



"Passion, liberté, conscience sociale, vérité, lutte contre la corruption, lutte contre l'aliénation de l'homme, égalité sociale, accès gratuit à l'information (liberté de savoir), valeur sociale (reconnaissance entre pairs), accessibilité, activité, soucis de responsabilité, curiosité, créativité."

Mon député n'aurait pas dit mieux !

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

MARCMENTRE

le 7 août 2011 - 11:28 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



@bob on peut voir du "capitalo-liberalo-internet" partout. J'en attends une définition, qui sorte des poncifs.

@Narscimonel longueur = qualité. Cette équation n'est en rien automatique. En tout cas, les internautes ne cherchent pas systématiquement des articles longs. Nous en avons un bon exemple avec @Asjodel qui écrivait dans les commentaires sur cet article : "Désolé, mais l'article est beaucoup trop long, je le lirais quand il comportera beaucoup moins de caractères. :-)"

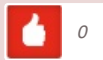
J'ajoute que si l'on veut être rapide, il est souvent nécessaire d'être court (ce que ne veut pas dire être inexact, ne pas avoir une écriture de qualité. Relisez Félix Fénéon et ses "Nouvelles en trois lignes".)

Or, le journalisme implique d'être rapide. Vous évoquez Wikipedia. Il ne vous a pas échappé que sur les sujets d'une actualité brûlante, les pages de Wikipedia concernées sont remises à jour extrêmement rapidement, parfois plus vite que les sites d'info.

@Sick! Alloooooo. :) Ce livre a été publié en langue espagnole par un éditeur argentin. Il n'a pratiquement aucune chance d'être traduit et édité en France. Il m'a donc semblé important d'en faire connaître les points essentiels, tout comme je l'ai fait avec d'autres auteurs comme Charlie Beckett, pour son livre "SuperMedia: Saving Journalism So It Can Save the World". Lui non plus n'a jamais été traduit en français.

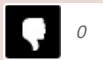
Bref, je préfère chroniquer que critiquer. Enfin, n'oubliez pas que ce post est initialement rédigé pour un blog spécialisé sur le journalisme et les médias et non pour un site d'information généraliste comme l'est Owni.

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

6 pings

Journalistes: hackez pour survivre! - Amphibia le 7 juin 2011 - 14:55

[...] *Journalistes: hackez pour survivre!, reseña de Hackear el periodismo en owni.fr*
Más sobre: *Hackear el periodismo, Libros — junio 7, 2011 Tweet [...]*

Compote de liens semaine #23 » France.Disruptionblog le 12 juin 2011 - 13:08

[...] *j0urn4l15m is n0t d34d – Encore un fabuleux articles article déniché par Owni sur la nécessaire évolution du métier de journaliste à l'ère électronique :*
<http://owni.fr/2011/06/07/journalistes-hackez-pour-survivre/> [...]

Veille Webmarketing – La sphère web se teste | Blog 1789.fr le 15 juillet 2011 - 11:17

[...] *en question et confronté au « nouveau journalisme » issu (ou s'aidant) du web. De là à comparer les néo-journalistes à des hackers, il n'y a qu'un pas que Pablo Mancini effectue à travers son livre « Hackear el [...]*

Il était une fois ... une masterclass de journalisme, à la campagne « Open Newsroom le 26 septembre 2011 - 10:31

[...] *4 jours tous ensemble, 24h/24, pour apprivoiser les outils du web social, expérimenter, tester, bidouiller, se planter, recommencer et in fine, les aider à découvrir de quel(s) journalisme(s) ils se [...]*

Il était une fois ... une masterclass de journalisme, à la campagne | Damien Van Achter le 17 janvier 2012 - 22:44

[...] *4 jours tous ensemble, 24h/24, pour apprivoiser les outils du web social, expérimenter, tester, bidouiller, se planter, recommencer et in fine, les aider à découvrir de quel(s) journalisme(s) ils se [...]*

Il était une fois ... une masterclass de journalisme, à la campagne | Davanac / Me le 21 mars 2012 - 20:50

[...] 4 jours tous ensemble, 24h/24, pour apprivoiser les outils du web social, expérimenter, tester, bidouiller, se planter, recommencer et in fine, les aider à découvrir de quel(s) journalisme(s) ils se [...]