



[NOUS CONTACTER \(/NOUS-CONTACTER\)](#) [ESPACE PIGISTES \(HTTP://PIGISTES-CFDT.FR/\)](http://pigistes-cfdt.fr/) [ESPACE CONSEIL NATIONAL \(/USER\)](#)



Les journalistes doivent-ils innover ?

Forte intéressante fut la **première table ronde autour du rôle des robots**. Les robots ce sont en fait les algorithmes et il ne faut pas confondre l'Intelligence Artificielle avec les processus d'automatisation. Evitons le « fantasme Terminator » a dit d'emblée Claude de Loupy, co-fondateur de Syllabs et ingénieur en informatique dont la société s'est spécialisée dans l'écriture automatique de textes (résultats d'élections ou de matchs de foot) grâce à un moteur de rédaction qui analyse toutes les données récupérées. Benoit Raphael de Flint lui, « élève » les robots qui lisent chaque jour des milliers d'articles pour les diffuser auprès d'une clientèle personnalisée. Quant à Blaise Mao, rédacteur du magazine « Usbek et Rica », magazine de prospective, il déclare n'utiliser des bots informatiques (contraction de robots) que pour faire « du mieux ». Benoit Raphaël comme ses prédécesseurs s'est voulu rassurant : « il faut oublier la théorie du grand dépassement ». Les algorithmes existent depuis longtemps et ils ne sont pas les concurrents du journaliste. Le plus inquiétant aujourd'hui c'est plutôt l'idée même de post vérité et la fin de la confiance entre les journalistes et le public

Carte blanche à Marie-Catherine Beuth. La responsable éditoriale de Business Insider France livre son témoignage de journaliste (10 ans au service économique du Figaro) partie se former à l'université de Stanford, Californie, Elle y a « appris à ne pas avoir peur de la nouveauté » et recommande de ne pas « penser l'innovation dans la technologie mais plutôt dans la façon de penser le métier ». Et celui-ci a changé car « il n'y a plus d'échelle, plus

d'escabeau car en fait, on doit faire de l'accrobranche ». Conseils : postuler s'il y a des trucs cool qui se présentent, dire « oui et » et non « oui mais », émettre des hypothèses (ça marche ou pas), fixer des échéances et..recommencer ». Ce qui lui a réussi car elle est désormais « chef adjoint chargé du numérique à l'Opinion ».

Table ronde 2 : Formation initiale en journalisme peut-on enseigner l'innovation ?

Arnauld le Gal, journaliste aux Echos et enseignant au CELSA, parle des trois tempêtes dans l'univers des médias, 1 : tempête technologico-sociétale, à cause de la massification d'Internet 2. tempête autour du modèle économique des médias (abonnements + pub) qui se tarit. 3. Tempête autour du rôle du journaliste car longtemps celui-ci fût le 1er à donner l'information et maintenant il faut compter avec les non-professionnels. Charlotte Menegaux, responsable des enseignements numériques à l'ESJ Lille, est d'avis que les écoles de journalisme, longtemps accusées de formatage, se montrent innovantes. Mais plutôt que de privilégier le rêve des futurs journalistes, l'ESJ travaille leur employabilité...Pédagogie en mode « projet », incitation à entrepreneuriat, expérimentations technologiques avec des graphistes, designer,développeurs...Soizic Bouju (groupe Centre France) relève que si on attend que les jeunes journalistes soient des forces de proposition, il faut aussi que le management soit formé à plus d'ouverture. Le groupe Centre France vient de lancer l'incubateur d'idées. « La Compagnie Rotative », lieu de veille et de production proche des métiers et des lecteurs. Basma Bonnefoy (M6) détaille les efforts de la chaîne pour innover notamment à travers le prix Mojo (mobile journalism) sur Iphone. Elle insiste sur la polyvalence, 80% des journalistes doivent écrire, monter, tourner...Épanouissant ? Entendu dans la salle que « *de plus en plus de jeunes journalistes démissionnent pour faire le journalisme dont ils rêvent, par exemple en choisissant la multiactivité* »

Table ronde 3 Formation continue, un levier pour l'innovation dans les rédactions ?

Yves Bonnefoy (groupe Télégramme) estime que la formation continue permet d'évoluer et les entretiens individuels réguliers contribuent à garder une dynamique. Aude Gambet (DNA) a animé, avec d'autres collègues, une formation « agilité numérique » en interne. Avantage : « *On parle même langage et après si on a besoin d'un conseil, on sait à qui s'adresser* ». La formation continue en interne est pour elle « *un espace de confiance et on ose poser des questions, ça permet de faciliter le changement* ». Anne Bideault

(Profession Pigiste, association loi 1901) relève que sur plus de 5400 journalistes formés en 2017, il y avait 153 pigistes seulement ! « *On s'auto-forme beaucoup !* » Emilie Chapuis, consultante en innovation, croit dans la formation continue « *à la condition que l'organisation soit bienveillante et qu'elle accepte des idées nouvelles !* ». La révolution numérique implique que l'information n'a pas de centre : « *L'ensemble des salariés de l'entreprise sont capteurs et relayeurs d'informations* ». Yves Bonnefoy confirme et parle « *d'entreprise adhérente, les choses ne peuvent plus venir que d'en haut* ». A noter qu'à l'AFDAS, on ne parle plus de formation continue mais de développement des compétences. D'ailleurs, signale Emilie Chapuis, « *plus le temps va, plus on sait que la même personne ne pourra pas maîtriser tous les outils, d'où la nécessité d'être interdisciplinaires* »

Carte blanche à Jeremy Caplan : Le responsable innovation à l'université de la Cuny, école publique de journalisme de New York, s'exprime en anglais. Il donne des conseils de « news innovation » tels qu'ils ont déjà été proposés à 120 étudiants d'une trentaine de pays « *qui ont créé beaucoup d'expériences de média certaines commercialement rentables.* » En fait Jeremy Caplan est là pour vanter un « business model » qui puisse faire de l'argent à partir de la création de média. Plusieurs pistes : « *commencer petit, se lancer vite, faire passer les idées avant la technologie, favoriser la diversité et croire au succès des débutants* ». Son pari : dans la période 2017-2026, « *les revenus des lecteurs (générés par des abonnements mais aussi la création d'événements, de parrainage, de service spécial etc) dépasseront ceux de la publicité !* » Le journaliste doit savoir écouter et s'appuyer sur la communauté. Exemple sur un écran : un panneau d'affichage publicitaire indiquant un numéro de téléphone aux habitants de la Nouvelle Orléans, leur demande ce qui leur manque . Miracle : « *Nous avons ainsi appris que les appartements étaient trop chers alors nous avons fait une enquête sur le prix des loyers.* » La base du journalisme en Locale de presse quotidienne...Sauf qu'en fait de journaliste, Jeremy Caplan parle de « freelance writer », donc de pigiste ! Le journaliste salarié, une espèce en voie d'extinction alors ? Pas de remarques dans la salle (il est vrai qu'il aurait fallu formuler des questions en anglais sinon on passait pour un plouc...), juste des félicitations d'universitaire à ce représentant étasunien. Un discours sur les médias, déjà mis en avant avec la première invitée, éblouie par sa fabuleuse université californienne. Pourquoi donc ce discours libéral américain sur un futur radieux d'auto-entrepreneurs alors que la CNMJ n'a proposé au public d'enseignants et de d'étudiants en journalisme aucune expérience innovante dans un autre pays européen ? On était loin de la diversité revendiquée en matière de journalisme...

Dernière et pas moins passionnante table ronde, celle consacrée aux nouvelles façons d'innover dans les médias. Premier constat : peu nombreux sont les journalistes qui travaillent sur ce sujet. Tous se connaissaient à la tribune. Karen Bastien (après 18 ans de journaliste) a été l'une des premières à monter une structure spécialisée dans le data journalisme et la data visualisation. « la technologie, c'est notre quotidien pour raconter des histoires » . Cedric Motte en charge du Lab de Ouest France (devenu a « la compagnie rotative ») se veut un véhicule de l'innovation en répondant aux défis internes et externes, tous métiers confondus. Et pour lui aussi la technologie n'est qu'un moyen pour retrouver le lien avec les lecteurs. Julien Kostrech, de « Ouest Media Lab des Hyblab » insiste beaucoup sur la nécessité de mutualiser les savoirs et les initiatives et a donc mis au point un projet collaboratif (160 structures adhérentes) dont les missions pourraient se résumer ainsi : faire de la veille, expérimenter avec des Hackathon, former au numérique, conseiller, utiliser les archives (une mine d'or). Le mot important de cette TR qui est revenu souvent est « partager ». C'est ce qu'à fait l'ICIJ (International Consortium of Investigative Journalists), 30 personnes basées à New York, 300 membres dans le monde (dont des médias français) représenté par Pierre Romera. Recevant « des centaines de milliers de données », il a fallu créer des outils permettant d'enquêter et d'analyser. Autre mission : la sécurité en apprenant aux rédactions à sécuriser leurs sources.

Le philosophe Bernard Stiegler a tiré la conclusion de cette journée, qui intervenait au lendemain du baromètre de la Croix sur la défiance du public à l'égard des médias. Attention a-t-il fait remarquer, les Médias, ce ne sont pas les journalistes mais des entreprises dont l'objectif est de faire de l'argent. Il faut parler franc et dire que l'on veut soumettre la vérité des médias à l'audience. Très pessimiste, il pense que la démocratie est menacée, pour ne pas dire « déjà ruinée en France ». Un message destiné à faire réfléchir à l'issue d'une journée de réflexion avec les participants, pas assez nombreux mais avec des étudiants bien représentés et très curieux.

Marie Goerg & Jacqueline Papet

Publié le :

Mercredi, 30 Janvier, 2019

Rubrique:

Profession (/rubriques/profession)

PARTAGER SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Share 0

Tweeter

 Share

Liens

CFDT Confédération (<http://www.cfdt.fr/>)

Observatoire de la Déontologie de l'Information - ODI
(<http://www.odi.media/>)

Ass° de préfiguration des conseils de presse
(<http://apcp.unblog.fr/>)

International IFJ (<http://www.ifj.org/>)

Reporters Sans Frontières (<https://rsf.org/fr>)

F3C Fédération (<http://www.f3c-cfdt.fr/>)

Conférence nationale des métiers du journalisme
(<http://www.cnmj.fr/presentation/>)

Les Assises du journalisme
(<http://www.journalisme.com/>)

Fédération européenne des journalistes
(<http://europeanjournalists.org/fr/>)

Mentions légales site internet (/mentions-
l%C3%A9gales-site)

La CFDT dans les médias

Bayard-presse (<http://cfdtbayard.wordpress.com/>)

CFDT Publihebdomos (<http://www.cfdt-publihebdomos.infos.st>)

CFDT-FTV (<http://cfdt-ftv.over-blog.org/>)

France Télévision (<http://cfdt-ftv.over-blog.org/>)

Le Courrier Picard (<http://cfdt-courrierpicard.blogspot.com/>)

Ouest-France (<http://cfdt-of.over-blog.org/>)

Radio-France CFDT (<http://www.cfdt-radiofrance.fr/>)

Site WK (<http://www.rsf.org/-francais-.html>)

Suivez nous !

 (<http://www.facebook.com>)

 (<https://twitter.com/USJCFDT>)

 (</~vanessa/cfdt/rss.xml>)