

## Formations au journalisme : placer l'innovation au cœur des cursus

Marc MENTRÉ

Responsable de la filière  
journalisme à l'École des métiers  
du journalisme (Emi-Cfd)  
Animateur du blog Media Trend  
(www.themediatrend.com)  
themediatrend@gmail.com

L'invention de l'écriture, qui « permet la création de sociétés puissantes et durables, avec une élite composée de prêtres<sup>1</sup> » fut la première révolution. La deuxième sera l'invention de l'alphabet, qui ouvrit l'accès à l'écriture pour tous à partir de l'âge de quatre ans. Troisième révolution, l'invention de l'imprimerie, « qui bouleversa tout » et « sera le terreau d'où surgira notre histoire moderne, la science, la littérature populaire, l'émergence de l'État-nation, et tant de choses par lesquels nous définissons la modernité ».

Avec Internet, nous en sommes à la quatrième de ces révolutions, telles que définies par John Man (2002), qui scandent l'histoire de nos sociétés. Cette invention a provoqué l'un de ces changements de paradigme qui font que, soudain, les institutions les mieux établies, les usages les plus partagés sont frappés d'obsolescence et tombent dans l'oubli, alors que naissent une nouvelle économie, de nouveaux types d'entreprise, de nouvelles formes de socialisation, etc.

### Des cathédrales au bazar

L'information est au cœur de cette nouvelle société en train de s'inventer. C'est un défi considérable pour le journalisme frappé de plein fouet qui doit passer, pour reprendre le mot de Pablo Mancini (2011), de « l'ère des cathédrales à celle du bazar<sup>2</sup> ». Les médias doivent abandonner les méthodes héritées du 19<sup>e</sup> siècle, fondées sur une

forme d'élitisme, une organisation et des modes de production et de distribution calquées sur celles de l'industrie de masse, et s'ouvrir à des modèles plus souples, avec des modes opératoires sans cesse renouvelés. Il leur faut passer du *one-to-many*, inhérent aux *mass media*, au *many-to-many*, propre au Web 2.0 et aux réseaux sociaux.

Cette révolution concerne au premier chef les écoles et lieux de formation au journalisme, puisqu'ils ont pour rôle et pour ambition de former les journalistes et les futurs cadres des rédactions, mais aussi d'accompagner les journalistes professionnels en activité dans cette révolution. Celle-ci ne se réduit pas aux seuls aspects techniques – tel ou tel modèle de caméra, par exemple – mais bien à une nouvelle appréhension et conception de ce qu'est l'information, de la manière dont elle est produite et consommée.

C'est ici qu'il faut tout réinventer. Et d'abord s'interroger sur l'incroyable méfiance de la profession à l'égard de la formation. En 1998, dans son rapport *La Formation des journalistes* remis à Mme Catherine Trautmann, alors ministre de la Culture et de la Communication, Claude Sales écrivait : « Aussi, au terme de cette enquête on s'interroge. N'est-ce pas le destin de la presse que de vivre dans le tourbillon de l'histoire ? Pas plus que la politique, le journalisme ne s'apprend !<sup>3</sup> ».

Endépit d'un tel constat, de nombreuses écoles et centres de formations ont été fondés au fil des ans. La première sera l'École supérieure de journalisme, simple section de L'École libre des hautes études sociales, dès 1899, suivie en 1924 par l'École supérieure de journalisme de Lille, qui voulait déjà « modifier les mœurs du journalisme ». En 1945, le Centre de formation des journalistes est fondé par d'anciens résistants autour de Philippe Viannay. Son enseignement avait pour ambition de porter les valeurs de la Résistance et son objectif était de former des journalistes destinés à irriguer une presse rénovée. Aujourd'hui, il existe en France 13 écoles de formation initiale reconnues par la profession (c.a.d. par la Commission nationale paritaire de l'emploi des journalistes, CNPEJ) qui forment plusieurs centaines de journalistes par an, auxquelles il faut ajouter des dizaines d'écoles de formation initiales non reconnues et plusieurs centres de formation professionnelle continue. Aujourd'hui, on estime que 70 % des journalistes français entrent dans la profession *via* une école reconnue ou non.

## **Transmission d'expérience**

Pour autant, la formation dispensée dans ces établissements est-elle adaptée à la révolution en cours ? Très schématiquement,

l'enseignement dans les établissements de formation initiale repose sur deux types d'enseignements : 1. un enseignement général où l'on trouve de l'histoire, de la géographie, de l'économie et des langues ; 2. un enseignement professionnel, commun au début, puis spécialisé par type de journalisme : agences, presse écrite, radio, télévision, voire Web ou numérique. Ces deux enseignements peuvent, dans certains établissements, se croiser sous forme de spécialisations thématiques (économie, sports, Union européenne, etc.) calquées sur le mode d'organisation des médias en rubriques.

La philosophie générale est celle d'un enseignement pragmatique fondé sur le principe de l'échange d'expériences avec des journalistes professionnels en activité. Les élèves sont appelés également à réaliser de nombreux « exercices école » – reportages, enquêtes, quotidiens ou magazines et dossiers multimédia – dans des conditions proches de celles des médias existants. Enfin, sont intégrés dans le cursus un certain nombre de stages dans des entreprises de presse, qui permettent de confronter les élèves au « réel ».

Cet enseignement, désormais bien rodé, a fait la preuve de son efficacité. Il a formé des professionnels de qualité. Il n'est pas resté figé. Dans toutes les écoles, au fur et à mesure de l'évolution des médias, de nouveaux enseignements ont été créés. Ils vont de l'utilisation journalistique des réseaux sociaux à la production de web-documentaires, en passant par l'utilisation des narrations multimédia.

En apparence donc, les formations ont épousé les transformations qui touchent le monde des médias. Pour autant, est-ce suffisant ?

## De l'histoire ancienne

Clay Shirky, spécialiste américain des nouveaux médias, a repris en 2011 l'enseignement notamment au *Carter Journalism Institute* de la *New York University* (NYU). Voici ce qu'il écrit sur son blog : « *Pour la première fois depuis douze ans j'enseignais à des étudiants [...] Quand vint le temps d'expliquer le paysage des médias du XX<sup>e</sup> siècle, je devais enseigner ma propre jeunesse comme de l'histoire ancienne. Je pouvais dire à ces étudiants que lorsque je grandissais, les seules informations que je lisais étaient celles qui étaient jetées devant notre maison par un garçon à vélo. Ils trouveront cela intéressant, mais de la même manière que je trouvais intéressant que mon père me raconte qu'il n'avait pas l'eau courante dans son enfance. Ce que des jeunes de 19 ans ont besoin de connaître n'est pas ce qui se passait dans ce Bon Vieux Temps ; ce qu'ils ont besoin de savoir est ce que nous avons appris à propos de la création et de la diffusion des informations entre hier et aujourd'hui<sup>4</sup>. »*

Dit autrement, l'enseignement du journalisme ne saurait se réduire à la transmission d'un passé. Mais parlons d'abord des évolutions déjà actées et qui ont déjà bouleversé l'environnement professionnel des journalistes (cette liste n'est pas limitative) :

- le rapport aux sources a été profondément modifié par la montée en puissance des réseaux sociaux, Facebook et Twitter notamment, mais aussi l'apport de nouveaux outils de connaissance comme l'encyclopédie participative Wikipedia ;

- le rapport avec les internautes est totalement différent de celui existant avec les lecteurs, auditeurs ou téléspectateurs des *mass media* traditionnels. Ceux-ci sont tout à la fois producteurs, éditeurs et diffuseurs d'informations ;

- le rythme de fabrication et de diffusion des informations a été bouleversé, puisque l'on est passé d'un fonctionnement en cycles – quotidien publié le matin, journal télévisé de 20 heures, etc. – à des flux continus portés par l'immédiateté et la réactivité ;

- le nombre et le type de supports – téléphone mobile, tablette, etc. – se sont multipliés, induisant de nouveaux rapports avec le consommateur d'informations ;

- la narration s'est transformée avec le Web puisque l'on est passé d'une narration « monomédia » (son pour la radio, vidéo pour la télévision, texte pour les journaux) à une narration multimédia pour les nouveaux supports ;

- les journalistes sont appelés à travailler sur les réseaux sociaux, à alimenter des blogs, ce qui implique un traitement de l'information plus « engagé » et « personnel » qu'au regard de la traditionnelle objectivité journalistique.

## **Le journaliste est devenu « Shiva »**

Ces évolutions ont été intégrées à un degré plus ou moins élevé selon les établissements. Aujourd'hui, le bloc de compétences « traditionnelles » d'un journaliste – disposer d'une excellente culture générale, maîtriser une ou plusieurs langues étrangères, savoir rédiger rapidement et bien, savoir travailler ses sources, savoir éditer et avoir une solide éthique – ne suffit plus. Il doit en maîtriser bien d'autres comme :

- la capacité de traiter l'information immédiate ;

- la maîtrise de l'écriture multimédia et donc non seulement celle des techniques d'enregistrement du son, de la photo et de la vidéo, mais aussi celle des logiciels permettant de monter ces sons, ces vidéos,

de créer des diaporamas et enfin celle d'intégrer tous ces éléments dans une même narration ;

- la possession d'une culture mathématique et statistique ainsi que la maîtrise d'outils de visualisation des données ;

- la capacité de gérer les commentaires, et plus largement ce que l'on appelle la « conversation » ;

- la capacité de s'investir sur des réseaux sociaux aussi différents que Facebook et Twitter ;

- une connaissance suffisamment approfondie des langages de programmation pour « entrer dans le code ».

On pourrait ajouter une attention (et donc des connaissances) au marketing et à la gestion. Bref, les multiples bras du dieu hindou Shiva ne pourraient suffire à embrasser les compétences que l'on demande aujourd'hui à un journaliste, d'autant que celles-ci font de plus en plus appel à d'autres cultures – économique, de l'image et numérique – que la seule culture littéraire et ne saurait se réduire au seul apprentissage de techniques.

La question se pose de savoir jusqu'où peut aller cette course à l'empilement de compétences et à la polyvalence<sup>5</sup>. Elle peut, si cette logique est poussée jusqu'au bout, se révéler contreproductive en ce sens qu'un jeune journaliste ainsi formé pourrait « savoir tout faire » mais « tout faire médiocrement ».

## **Intégrer la notion de *negative capability***

Pour ajouter à la complexité de l'équation que doivent résoudre les écoles de journalisme, il faut préciser que tous ces outils sont soumis aujourd'hui à une obsolescence extrêmement rapide : tel logiciel qui était le *nec plus ultra* en début de formation est obsolète deux ans plus tard ou tel réseau social réputé « incontournable » ne l'est plus après quelques mois. On retrouve là une difficulté déjà rencontrée avec, entre autres, l'introduction de la PAO dans les formations à la presse écrite, ou encore le glissement de l'analogique au numérique qui a eu de fortes répercussions sur les enseignements radio et télévision.

Pour faire face à cette difficulté, Devin Harner, journaliste et responsable de la formation *Journalisme au XXI<sup>e</sup> siècle* à la City University of New York (CUNY), confronté à la difficulté d'enseigner cette matière qui évolue aussi rapidement, propose de s'inspirer du principe de *negative capability* [littéralement « *capacité négative* »] du poète anglais John Keats. Ce dernier la définissait ainsi : « *C'est lorsque l'homme est capable d'être dans l'incertitude, les mystères et le doute, sans [pour autant]*

*qu'il ne soit irrité par le fait d'essayer de s'en tenir aux faits et à la raison<sup>6</sup> ».*

Il est nécessaire aussi d'élargir son champ de vision. Aujourd'hui, en raison de la convergence des médias provoquée par le Web, le cloisonnement entre des métiers, autrefois évident, se brouille : des photojournalistes n'hésiteront pas à écrire des textes ou à réaliser des vidéos ou vidéographies, des monteurs ou des ingénieurs du son élargiront leur champ de compétences à l'image et au texte, des développeurs ou des webmasters interviendront dans le processus éditorial des sites, activités théoriquement réservées aux seuls journalistes.

Il serait dangereux de considérer ce brouillage des frontières comme une simple prolongation et extension d'anciennes formes de travail partagées en œuvre par exemple dans les locales des quotidiens régionaux, où les journalistes rédacteurs réalisaient aussi les photos. Il s'agit en effet de travailler dans un nouvel environnement – économique et informationnel – pour produire de nouveaux formats d'information innovants, comme les web-documentaires ou les *live* des sites. Ils induisent de nouveaux types de partage du travail entre professionnels venus d'horizons différents.

## **Un environnement contraint**

Cette évolution renvoie à la question des formations actuellement proposées. En effet, les écoles de journalisme ont pour caractéristique de former des... journalistes ! Certes, leurs compétences sont, soit par l'ajout de matières, soit par la voie de spécialisations, élargies par rapport à celles de leurs prédécesseurs. Mais, les cursus de ces formations restent très largement construits « en silos », en ce sens que les enseignements des écoles de journalisme ne sont pas croisés avec ceux d'autres écoles ou universités (ingénieurs, management, photographie, vidéo, mathématiques, etc.).

Il est vrai que les écoles de formation initiale et les centres de formation professionnelle continue évoluent dans un contexte fortement contraint : ils doivent assurer à leurs élèves et leurs stagiaires des débouchés dans les médias tels qu'ils sont organisés actuellement, en anticipant les évolutions professionnelles des quelques années à venir, bref, assurer leur « employabilité ». À cet égard, la France est dans une situation particulière pour des raisons liées à la structure de l'industrie de l'information, à la – relative – faiblesse du bassin linguistique francophone, et à une frilosité vis-à-vis des développements numériques possibles.

En dépit d'une évolution récente et d'initiatives intéressantes, il faut constater que les médias français ont accumulé un retard flagrant vis-à-vis de leurs homologues étrangers. L'audiovisuel public, Radio France et France Télévisions, est loin d'avoir construit des sites Web de l'inventivité, de la réactivité et de la taille de ceux de la BBC en Grande-Bretagne ou de la NPR américaine, même si le lancement du site d'information *Francevinfo* (FTVi) marque une première évolution positive. Les difficultés financières qu'ont rencontrées – et que rencontrent encore – les quotidiens nationaux les ont sans doute empêchés de développer pleinement leurs sites Web. Il est d'ailleurs symptomatique que nombre de sites *pure players* français (*Rue89*, *Slate.fr*, *Mediapart*, *Atlantico*, *Arrêt sur images*) aient été créés par des journalistes « traditionnels », qui n'avaient pas la possibilité de mettre en actes leurs idées dans leurs médias d'origine. Ils se sont installés dans un espace laissé libre.

Il s'agit certes d'une image fixée à un moment précis – milieu de l'année 2011 – et tout indique que cette situation est amenée à changer, avec l'évolution multimédia de l'AFP, la constitution de rédactions bimédia dans la quasi-totalité des quotidiens et de nombreux hebdomadaires nationaux, la multiplication d'initiatives intéressantes dans la presse quotidienne régionale, la refonte engagée des sites de France Télévisions et de Radio France, etc. Mais ce décalage pénalise les écoles et les centres de formation, qui se situent en amont, et doivent anticiper l'état réel du marché du travail, lors de l'élaboration de leur cursus.

Écoles et centres de formation sont d'autant plus pénalisés qu'ils manquent d'outils de prévision quant à l'évolution des métiers. L'Observatoire des métiers de la presse a déjà réalisé une « cartographie des métiers » et celle-ci devrait être profondément revue à la fin de l'année 2011, grâce aux travaux de prospective actuellement engagés<sup>7</sup>. Mais la difficulté vient de l'absence de laboratoires de recherche et développement dans les groupes de presse français, comme l'expliquait le sociologue des médias, Jean-Marie Charon (2011), dans une interview à *Owni* : « Il n'y a pas de culture de recherche et développement, les médias français ne sont pas assez habitués à travailler sur des maquettes, sur des pilotes, dans des laboratoires [...] On aurait tout à fait pu imaginer qu'un groupe comme Lagardère ou Le Monde Interactif créent un vrai laboratoire. Le Monde Interactif a essayé, avec *Le Post.fr*, mais ça a tourné court. Cela n'a pas été maîtrisé, ils ont été incapables de l'assumer et d'en faire quelque chose<sup>8</sup> ».

Tout comme l'ensemble de la profession, les écoles et les centres de formation professionnelle continue doivent changer de paradigme et

placer l'innovation au cœur de leurs cursus, sous peine de former des professionnels sans doute adaptés à l'état actuel du marché du travail et à ses évolutions à court terme, mais incapables d'évoluer à moyen ou long terme. Plusieurs pistes, qui ne sont pas exclusives et dont la liste n'est pas limitative, peuvent être explorées, mais elles passent par deux pré-requis :

**1. ouvrir largement le recrutement :** un certain nombre d'initiatives intéressantes ont été récemment engagées dans le domaine de la diversité. C'est le cas de Sciences Po qui a ouvert son concours à des élèves originaires de Zones d'éducation prioritaire (ZEP), ou de l'ESJ-Lille qui a créé avec le *Bondy Blog* une classe préparatoire « *aux concours des écoles de journalisme ouverte à des jeunes diplômés de l'université de toutes origines, avec un bon dossier scolaire et universitaire, mais issus de familles à revenus modestes*<sup>9</sup> ». À l'Emi-Cfd, nous menons depuis deux ans maintenant, en partenariat avec *La Télé Libre*, une formation au journalisme avec un groupe de futurs *Reporters-citoyens*, issus des « *quartiers*<sup>10</sup> ». Ces quelques exemples traduisent une tendance plus générale à une ouverture plus large socialement. Mais cette démocratisation du recrutement doit se doubler d'une ouverture plus large de l'accès des filières généralistes des écoles à des étudiants issus d'autres filières – informatiques, scientifiques, graphistes, etc. – que les formations littéraires, de sciences humaines ou de sciences politiques. Les critères d'admission aux concours devraient également évoluer, puisque l'enseignement ne peut plus être basé sur la reproduction mais sur l'innovation. Le processus de sélection doit intégrer des critères favorisant les candidats capables de faire preuve d'initiative, d'inventivité, de créativité, et montrant de fortes capacités de recherche.

**2. sortir de la culture du « silo » :** en clair, se rapprocher d'écoles et d'universités formant à d'autres spécialités (graphisme, métiers de l'image, marketing, commerce, gestion, informatique, etc.) pour croiser les formations, sous la forme, par exemple, d'ateliers ou de travaux pratiques communs. Concernant les formations elles-mêmes, les pistes d'évolution à explorer sont liées aux évolutions que connaissent les médias, mais surtout les modes de fabrication, de consommation et de diffusion de l'information, et en particulier le nouveau rapport qui se construit entre le public – les usagers – et les journalistes. Pour cela, il est important que les écoles et les centres de formation « sortent de leurs murs » et investissent ces lieux, qu'ils soient virtuels ou réels, où se produit l'information aujourd'hui. Paul Bradshaw, enseignant à la City University of London, avait ainsi commencé son cours de journalisme interactif en transportant sa classe dans un bar, laissant les clients

intervenir dans son cours... Dans un registre moins spectaculaire, il a aussi ouvert *Help me investigate*, une plateforme de *crowdsourcing* pour le journalisme d'investigation. Bref, l'idée serait de ne pas faire du journalisme (et de la formation, les deux étant liées) en vase clos, mais de s'immerger dans la société.

Ce décloisonnement entraîne aussi une réflexion sur l'enseignement lui-même. Est-il logique, par exemple, à l'heure de la mobilité (ordinateurs portables, tablettes, *smartphones*) et du *cloud computing* de rester attaché à des formes d'enseignement en « face-à-face », ou encore de surinvestir dans des salles de classe équipées de « postes fixes », alors que le processus de production de contenu n'est plus liée géographiquement à un lieu précis – une salle de rédaction – et que les cycles de fabrication de l'information s'élargissent considérablement, se superposent tandis que les rédactions deviennent fluides ?

Un deuxième axe de réflexion sur les évolutions de la formation tient à la posture des enseignants. Celle-ci peut rester classique – c'est-à-dire la transmission d'expérience – dans certains domaines fondamentaux où l'expertise demeure un impératif. C'est le cas pour des sujets comme la vérification des sources, l'éthique et la narration « monomédia », la conduite d'enquêtes, etc. Mais la rapidité des innovations et des mutations qui se produisent dans le journalisme nécessite que les enseignants adoptent un autre rapport, qui se rapproche de celui existant dans la recherche. Les innovations sont trop nombreuses, touchent à trop de domaines et se produisent à un rythme trop rapide. Cela implique que les enseignants se mettent eux aussi dans une posture de recherche avec leurs étudiants ou leurs stagiaires, sur les conséquences de ces changements et les possibilités qu'ils offrent, mais en prenant également conscience de la prise de risques et des possibilités d'échec qu'engendre un tel processus.

Par exemple, que signifient aujourd'hui l'éthique et la déontologie pour un journaliste sur Twitter ? Comment se construit une narration avec des outils de « curation » comme Storify ? Comment interagir avec les internautes pendant un *live* ? Comment se réalise un sujet en transmédia ? Comment alimenter la page Facebook de son journal ? Il existe bien sûr déjà des réalisations sur tous les sujets évoqués, mais les retours d'expérience sont faibles, peu nombreux, parcellaires, contradictoires, car ceux qui utilisent ces outils s'approprient ces formes de narration et d'interaction avec le public sont eux aussi en phase de découverte et d'expérimentation. Surtout, dans ces domaines, rien n'est figé, et les potentialités sont loin d'être entièrement explorées : « *Il est nécessaire de combiner [l'apprentissage] des principes de bases tels*

*qu'ils existent actuellement et de comprendre par quelle manière il est possible de continuer à apprendre les médiums [diaporamas, vidéos, etc.] tels qu'ils se développent<sup>11</sup> ».*

Sans oublier que des évolutions majeures, notamment dans les usages, se produisent. Par exemple, en quelques années, l'information se consomme de plus en plus en mobilité, via les *smartphones* et autres tablettes. Cela oblige à utiliser d'autres formats de production d'information.

## **Adopter la posture du chercheur**

Les étudiants et les stagiaires doivent aussi se placer dans une autre posture. Quelques aspects fondamentaux du métier de journaliste resteront intangibles dans les années à venir – la collecte et la mise en forme de l'information, pour être rapide – mais celui-ci s'exercera sans doute dans un environnement totalement différent, dont nous n'avons guère idée aujourd'hui. Au moment où ces lignes sont écrites, Google n'a que 13 ans d'existence, Facebook 7 ans, Twitter 5 ans, et chacun de ces acteurs a fortement bouleversé l'univers des médias.

C'est donc dans une posture proche de celle des chercheurs que doivent s'installer les étudiants et les formateurs. Pour cela, ils doivent être capables de choisir leur(s) champ(s) de recherche, d'identifier leur communauté de recherche – qui n'est pas forcément dans le journalisme ou le monde des médias – nouer des liens et travailler avec elle, et s'efforcer d'y devenir une référence.

Dans ce processus exigeant, enseignants et élèves découvrent, apprennent et expérimentent simultanément. Une question majeure demeure : l'insertion professionnelle des étudiants et des stagiaires. Il existe un risque bien réel de créer un décalage entre des entreprises de médias, qui souhaitent pour l'essentiel embaucher des journalistes « immédiatement opérationnels » dans les conditions actuelles de la production de l'information et des candidats formés à l'innovation et à l'expérimentation. Il est inutile de nier cette difficulté, mais il doit être entendu que tous les étudiants et stagiaires sortant de formation doivent maîtriser les fondamentaux du journalisme et être aptes à exercer cette profession avec les contraintes existantes.

Cette difficulté doit être surmontée, car les médias sont confrontés – et seront confrontés – à un grand nombre de défis dans les années à venir pour – dans le pire des cas – assurer leur survie, mais surtout pour se développer. Cela passera par l'innovation et la création, et donc par l'embauche d'hommes et de femmes qui y sont préparés.

## Vers la création d'incubateurs

Cette insertion dans le monde professionnel peut passer aussi par une voie moins directe, qui serait la création d'« incubateurs ». En fait, ceux-ci existent déjà en France, même s'ils ne reçoivent pas ce nom. Ce sont ces collectifs de pigistes qui ont été créés de manière informelle par de jeunes journalistes soucieux d'expérimenter des formes de narration innovantes.

C'est, par exemple, le cas de *Diasporamas.com* créé en 2011 par une jeune journaliste et un développeur qui décrivent ainsi leur projet : « *Nous réalisons des diaporamas sonores, un format encore jeune, dont nous souhaitons explorer toutes les possibilités. Exclusivement consacré au Web, il mêle sons et photographies qui, assemblés, se complètent et se subliment. Pour prendre de la distance avec les règles de «l'actualité», nous avons décidé de prendre notre temps, de choisir nos sujets en fonction de nos envies, avec une subjectivité assumée<sup>12</sup>* ».

C'est aussi le cas, dans un tout autre registre, du *Bondy Blog* créé initialement à l'initiative du journal suisse *L'Hebdo*, qui s'intéresse à des sujets peu ou mal traités par les médias nationaux et qui a permis de former de nombreux jeunes journalistes. Ce devrait être le rôle des écoles de soutenir de tels projets. Ils permettraient d'approfondir des questions soulevées lors du cursus, d'ancrer dans le réel des propositions d'innovation qui ne peuvent être qu'amorcées pendant la scolarité. De tels projets existent déjà aux États-Unis, comme *News21.com*<sup>13</sup>, qui a été mis en place par douze universités américaines avec le soutien de la fondation Knight, essentiellement axée sur le journalisme d'investigation. Ce projet extrêmement ambitieux vise à mieux intégrer les écoles de journalisme dans la vie des universités dont elles sont issues pour « *préparer la prochaine génération des leaders de l'industrie des médias à un monde sans cesse plus complexe* ». Dans un autre mode, le *New York Times* et la CUNY s'étaient associés pour lancer des blogs d'information hyperlocale, les étudiants fournissant le contenu sous la direction de journalistes expérimentés du quotidien. Un projet très innovant, car orienté sur le journalisme participatif<sup>14</sup>.

Ce type de projets « laboratoires » mériterait d'être développé en France, à une échelle adaptée. La question de leur financement est évidemment essentielle. Il n'existe certes pas en France de fondations équivalentes à la Knight, mais d'autres dispositifs publics ou parapublics pourraient être explorés. La profession doit aussi être associée à la mise en place de ce type de laboratoires. Il s'agit, là aussi, de rechercher des pistes innovantes et créatives □

## Notes

1. MAN John (2002), *The Gutenberg Revolution*, Londres, Review, p. 1.
2. MANCINI Pablo (2011), *Hackear el Periodismo, Manual de laboratorio*, Buenos Aires, La Crujia Ediciones, p. 89-91.
3. SALES Claude (1998), *La Formation des journalistes, rapport à Mme Catherine Trautmann, ministre de la Culture et de la Communication*, 42 pages. Ce rapport est disponible en téléchargement sur le site de La Documentation française à l'adresse suivante :  
<http://www.ladocumentationfrancaise.fr/rapports-publics/984000482/index.shtml>.
4. <http://www.shirky.com/weblog/why-we-need-the-new-news-environnement-to-be-chaotic>.
5. La « polyvalence » et la « multi-compétences » ne sont pas des termes équivalents. La « multi-compétences » repose sur l'idée qu'une personne possède des ressources internes diversifiées, ce qui lui permet de travailler dans plusieurs domaines simultanément ; la « polyvalence » est la capacité à réaliser plusieurs choses à la fois.
6. Lettre de John Keats à ses frères, datée du 21 décembre 1817. Devin Harner évoque le principe de *negative capacity*, dans « What John Keats Can Tell Us About Teaching Journalism » :  
<http://www.pbs.org/mediashift/2011/03/what-john-keats-can-tell-us-about-teaching-journalism069.html>.
7. Observatoire des métiers de la presse : [www.metiers.presse.org](http://www.metiers.presse.org).
8. *Les médias français n'ont pas de culture de recherche et de développement*, Owni, 3 mai 2011 :  
<http://owni.fr/2011/05/03/itw-jean-marie-charon-medias-francais-innovation>.
9. *Pourquoi une prépa « Égalité des chances »* sur le site de l'ESJ Lille à l'adresse suivante :  
<http://esj-lille.fr/etudes/classe-prepa-egalite-des-chances>.
10. Le site de Reporter citoyen : <http://reportercitoyen.fr>.
11. BRADSHAW Paul (2011), *Communities of practice: teaching students to learn in networks*, Online Journalism Blog, 1<sup>er</sup> avril.
12. <http://diasporamas.com>.
13. <http://news21.com>.
14. Pour plus de détails sur cette expérimentation sur le site du Poynter :  
<http://www.poynter.org/latest-news/top-stories/100285/new-york-times-embraces-collaborative-journalism-with-cuny-hyperlocal-partnership/>